Daimler

360

Fakten zur Nachhaltigkeit

http://nachhaltigkeit.daimler.com
(inklusive vertiefender Inhalte)

2011

BERICHTSPROFIL

In diesem Nachhaltigkeitsbericht bilanzieren wir die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Unternehmenstätigkeit im Jahr 2010, zeigen auf, was wir erreicht haben, und stellen unser „Nachhaltigkeitsprogramm 2010-2020“ vor. Unser interaktiver Online-Nachhaltigkeitsbericht vertieft und ergänzt diesen Printbericht durch weiterführende Informationen und bietet weitere Nutzungsmöglichkeiten: So stehen Ihnen im Internet eine Suchfunktion, ein ausführlicher, thematisch verlinkter GRI-Index sowie ein Kennzahlentool zur Verfügung, mit dem Sie auf Ihre Informationsbedürfnisse zugeschnittene Tabellen und Grafiken erstellen können.

Die Angaben in unserem Nachhaltigkeitsbericht beziehen sich auf den gesamten Daimler-Konzern mit seinen Geschäftsfeldern (vgl. "Der Daimler-Konzern"). Der Berichtszeitraum entspricht unserem Geschäftsjahr, das vom 1. Januar bis 31. Dezember reicht.

GRI Level A+. Die „Fakten zur Nachhaltigkeit 2011“ orientieren sich an den international anerkannten Leitlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung G3 der Global Reporting Initiative (GRI). 2006 sind wir dem Multi-Stakeholder-Netzwerk als „Organizational Stakeholder“ beigetreten. Die GRI hat unseren Bericht geprüft und ihm das Level A+ zuerkannt. Diese höchstmögliche Klassifizierung bescheinigt uns, dass wir wichtige inhaltliche Berichtskriterien erfüllen und dass wir dies extern haben überprüfen lassen.

GRI Application Level Checked Statement

- GRI Application Level Checked Statement (PDF, 156 KB)

Prüfbescheinigung ISAE 3000. Die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC hat die Kennzahlen zu „Direkte und indirekte CO_2-Emissionen aus der Produktion“, „CO_2-Emissionen im Durchschnitt der europäischen Mercedes-Benz Cars Pkw-Flotte“, „Anteil der Frauen bei Daimler“ sowie den Textabschnitt „Menschenrechte“ im Nachhaltigkeitsbericht nach Maßgabe des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 auf Richtigkeit, Vollständigkeit, Vergleichbarkeit, Nachvollziehbarkeit und Relevanz hin überprüft. Dafür haben wir eine Prüfbescheinigung erhalten.

Externe Assurance zur Nachhaltigkeitsberichterstattung

Daimler hat die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC mit einer Prüfung der Konzern-Nachhaltigkeitsberichterstattung beauftragt. Zugrunde gelegt wurde dabei der Prüfstandard „International Standard on Assurance Engagements 3000: Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“ (ISAE 3000). Dieser Standard wird vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) herausgegeben und ist seit 1. Januar 2005 in Kraft.

Im Rahmen der Überprüfung wurde die Nachhaltigkeitsberichterstattung einer kritischen Beurteilung hinsichtlich Richtigkeit, Vollständigkeit, Vergleichbarkeit, Nachvollziehbarkeit und Relevanz unterzogen. Das wurde durch Stichproben mit Nachweisen unterlegt. Die Bereiche der Überprüfung, bei Daimler auf die Konzernebene beschränkt, sind

- die internen Managementsysteme und Prozesse auf Konzernebene, mit denen die in dem Bericht veröffentlichten Daten erfasst, gesammelt, konsolidiert und verarbeitet werden,
- die internen Kontrollprozesse auf Konzernebene hinsichtlich der Nachhaltigkeitsberichterstattung,
- die Daten auf Konzernebene (Zahlenwerte in Tabellen und Textaussagen zu „Direkte und indirekte CO_2-Emissionen aus der Produktion“, „CO_2-Emissionen im Durchschnitt der europäischen Mercedes-Benz Cars Pkw-Flotte“, „Anteil der Frauen bei Daimler“, „Menschenrechte“) auf ihre Richtigkeit hin.

Als Resultat der Überprüfung und formelle Schlussfolgerung hat Daimler die Prüfbescheinigung erhalten. Sie enthält Ziel und Zweck der Assurance, Grundlagen, durchgeführte Arbeiten sowie Schlussfolgerungen. Die interne Berichterstattung erfolgt über einen Management-Letter.

Unabhängiger Assurance Bericht zum Daimler Nachhaltigkeitsbericht 2011 (PDF, 156 KB)

Die im Bericht veröffentlichten externen Statements geben die unabhängige Meinung der externen Experten zum jeweiligen Themengebiet (Umwelt, Mitarbeiter) wieder. Diese unabhängige, externe Expertenbewertung bzw. Meinung entspricht unter Umständen nicht der Meinung des Unternehmens. Die begutachtenden Organisationen bzw. Personen stehen in keiner Abhängigkeit zu Daimler. Die Autoren erhielten für das Statement keinerlei Honorar. Lediglich Reisekosten, die mit der Erstellung des Statements in Zusammenhang stehen, wurden durch das Unternehmen erstattet.

Global-Compact-Fortschrittsbericht. Daimler gehört zu den Erstunterzeichnern sowie seit Ende 2010 zu den Teilnehmern der LEAD-Gruppe des UN Global Compact und bekennt sich ausdrücklich zu dessen zehn Prinzipien. Mit diesem Nachhaltigkeitsbericht kommen wir unserer Verpflichtung nach, regelmäßig über unsere Bemühungen in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen und Arbeitnehmerrechte, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung zu berichten.

Wir wollen immer besser werden. In den letzten Jahren haben wir unsere Berichterstattung kontinuierlich weiterentwickelt. Dabei haben wir Transparenz und Verständlichkeit erhöht und die Serviceangebote für unsere Leser ausgeweitet. Außerdem ging und geht es uns darum, den spezifischen Anforderungen des Sustainability Reporting immer besser gerecht zu werden und damit unsere Berichtsqualität stetig zu steigern.

Berichtsgrenzen und Methoden der Datenerfassung

Ökonomie. Die Informationen zu wirtschaftlichen Zusammenhängen im Nachhaltigkeitsbericht 2010 basieren im Wesentlichen auf den Angaben des Daimler-Geschäftsberichts 2010. Die darin enthaltenen Kapitel Konzernlagebericht und Konzernanhang, aus denen Teile für diesen Bericht entnommen wurden, sind von der KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und mit uneingeschränktem Bestätigungsvermerk versehen worden. Weitere Informationen finden Sie im Geschäftsbericht 2010.

Ökologie. Seit dem Jahr 1992 erhebt Daimler systematisch die wichtigsten Umweltdaten aus den deutschen Werken. 1997 und 1998 wurde die Erfassung schrittweise auf die ausländischen Werke ausgedehnt. Seit dem Jahr 2002 wird zur Erfassung und Analyse der Daten eine Datenbank genutzt. Die Daten dieses Berichts beziehen sich auf die Konzernstruktur des Berichtsjahres 2010 und umfassen alle relevanten Produktionswerke sowie die deutschen Vertriebsniederlassungen. Um die Konsistenz der Zeitreihen so weit wie möglich zu gewährleisten, wurden für den dargestellten Gesamtzeitraum die heute nicht mehr mehrheitlich zum Konzern gehörenden Unternehmensteile herausgerechnet. Insofern können die Zeitreihen von früher veröffentlichten Daten abweichen. Neue Unternehmensteile wurden ab dem Zeitpunkt ihrer Zugehörigkeit zu Daimler berücksichtigt. Die Umweltdaten für 2010 beziehen sich auf insgesamt 69 Standorte und Standortteile.

Mitarbeiter. Die Zahlen und Fakten im Kapitel Mitarbeiter orientieren sich am Daimler-Geschäftsbericht 2010. Für die Personaldatenberichterstattung wird vor allem das elektronische Personalplanungs- und Reportingtool „HR ePARS“ genutzt, in das Daten aller konsolidierten Gesellschaften des Daimler-Konzerns einfließen. Ergänzt werden diese durch Daten, die mithilfe der elektronischen Personalverwaltung „ePeople“ gewonnen wurden. In den Texten und Grafiken dieses Kapitels wird deutlich gemacht, ob sich Angaben auf den Konzern oder nur auf Teilbereiche beziehen.

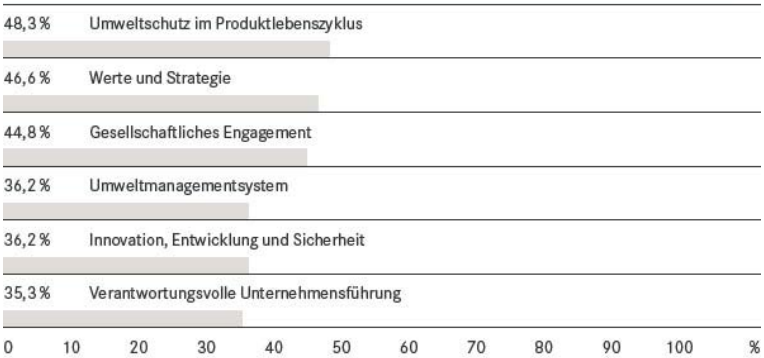
Auch in diesem Jahr lag für uns ein Fokus auf den Prinzipien der Wesentlichkeit (Materialität) und Einbeziehung von Stakeholdern („stakeholder inclusiveness“). Beide sieht die GRI neben den Prinzipien der Vollständigkeit und Kontextualisierung („sustainability context“) als zentral für die Definition und Eingrenzung der Berichtsinhalte an. Um sie zu erfüllen, müssen wir eine möglichst genaue Vorstellung von unserem besonderen Rechenschaftsprofil als global tätiger Automobilkonzern erlangen.

Neuerungen in diesem Bericht. Der Bericht „360 GRAD - Fakten zur Nachhaltigkeit 2011“ zeigt, zu welchen Schlussfolgerungen wir dabei gelangt sind: Auf Basis einer mehrstufigen Materialitätsanalyse (vgl. dazu Kapitel Materialität) haben wir interne und externe Nachhaltigkeitsanforderungen und -erwartungen an unser Unternehmen ausgewertet und eine Priorisierung der für uns relevanten Handlungsfelder vorgenommen. Mit dieser Maßgabe haben wir die thematische Gliederung unseres Berichts überarbeitet. So haben wir das bisherige Kapitel „Umweltschutz, Innovation und Sicherheit“ aufgefächert und neben einem Kapitel für den betrieblichen Umweltschutz ein eigenes Kapitel „Produktverantwortung“ geschaffen. Mit diesen Neuerungen rücken wir zentrale Produktthemen noch weiter in den Vordergrund und damit einen Tätigkeitsbereich, in dem unsere Stakeholder in besonderem Maße Antworten von uns erwarten.

Außerdem haben wir uns bemüht, die Ableitung unserer Nachhaltigkeitsstrategie aus den für uns maßgeblichen Handlungsfeldern und ihre Verankerung in unserer Geschäftsstrategie deutlicher herauszuarbeiten. Die Strategie und unterstützende Managementsysteme dienen der Umsetzung unseres konzernweiten Nachhaltigkeitsprogramms, mit dem wir uns ehrgeizige Ziele gesetzt haben. Seine Anlage auf die Jahre 2010 bis 2020 erlaubt es uns, Maßnahmen längerfristig zu planen und vorausschauender zu steuern. Durch die Nennung von Zielgrößen (nach Möglichkeit), des Zielhorizonts und des Zielerreichungsgrads ist das Programm wesentlich verbindlicher formuliert als in den Vorjahren.

Reporting-Prozess und Qualitätssicherung. Auch im redaktionellen Prozess der Berichtserstellung sind uns externe Feedbacks wichtig. Noch bevor alle Texte zur finalen Abstimmung an unseren Konzernvorstand gehen, bitten wir NGOs um ein kritisches Review und „Externes Statement“ (vgl. Externes Statement des Öko-Instituts e.V. und Externes Statement IMU Institut). Dazu kommt eine System- und Datenqualitätsprüfung durch PwC (siehe oben). Zudem nehmen wir ausführliche Benchmarkings vor. 2010 haben wir darüber hinaus eine Leserbefragung realisiert.

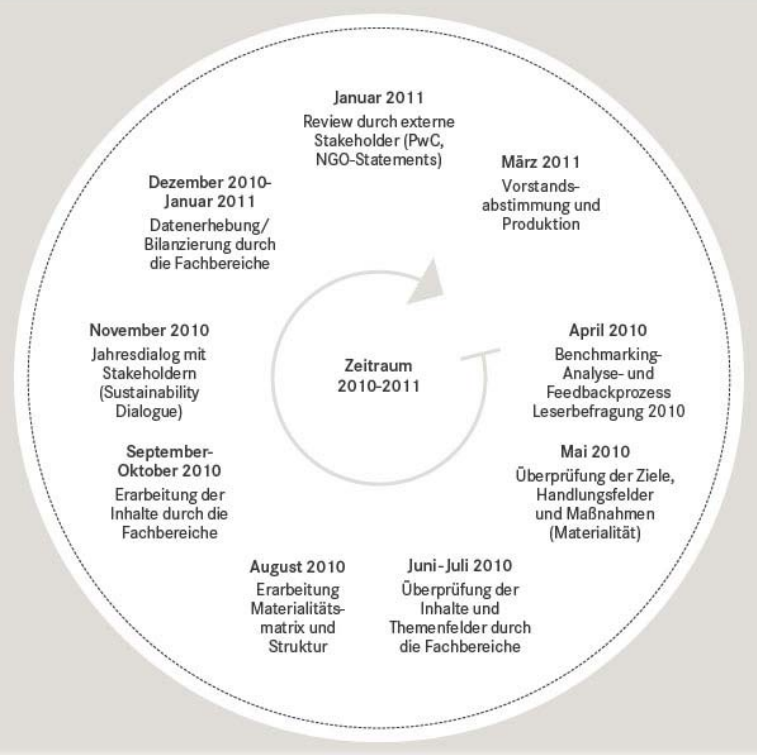
02 **Leserbefragung 2010: Potenzialthemen der Befragten**


48,3 % Umweltschutz im Produktlebenszyklus
46,6 % Werte und Strategie
44,8 % Gesellschaftliches Engagement
36,2 % Umweltmanagementsystem
36,2 % Innovation, Entwicklung und Sicherheit
35,3 % Verantwortungsvolle Unternehmensführung
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 %

Frage: Über was sollte Daimler Ihrer Meinung nach zukünftig stärker berichten?
(Mehrfachauswahl möglich) (n = 116)
Leserbefragung in Zusammenarbeit mit der Universität Hohenheim im Rahmen einer Diplomarbeit, 2010, Befragungszeitraum 14.04.-26.05.2010

Parallel läuft der interne Prozess der Überprüfung von Zielen, Maßnahmen und Handlungsfeldern. Damit sind die qualitativen Wegmarken für den Folgebericht gesetzt.

01 Unser Sustainability-Reporting-Prozess 2010-2011

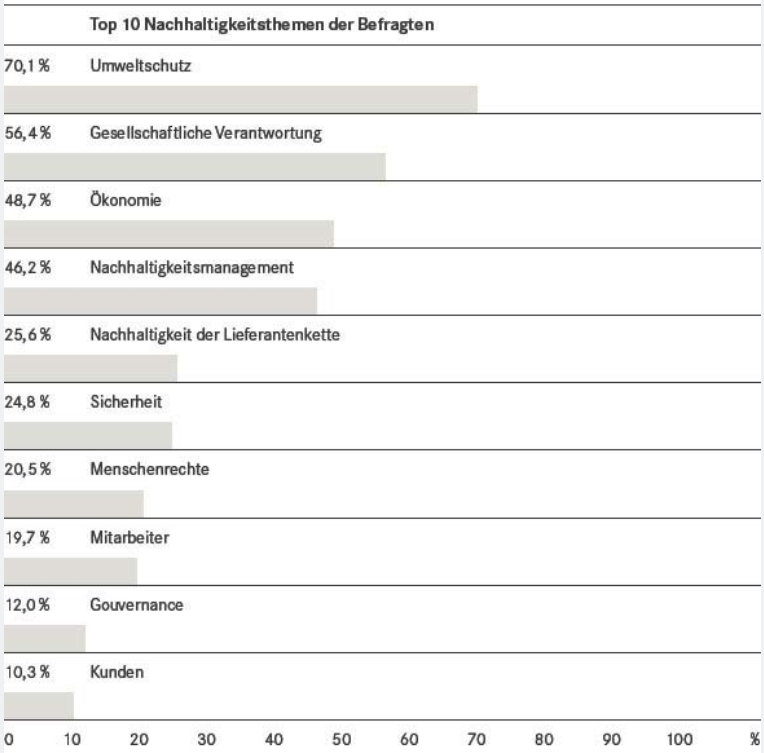


Nachhaltigkeitsberichterstattung: Was denken unsere Leser?

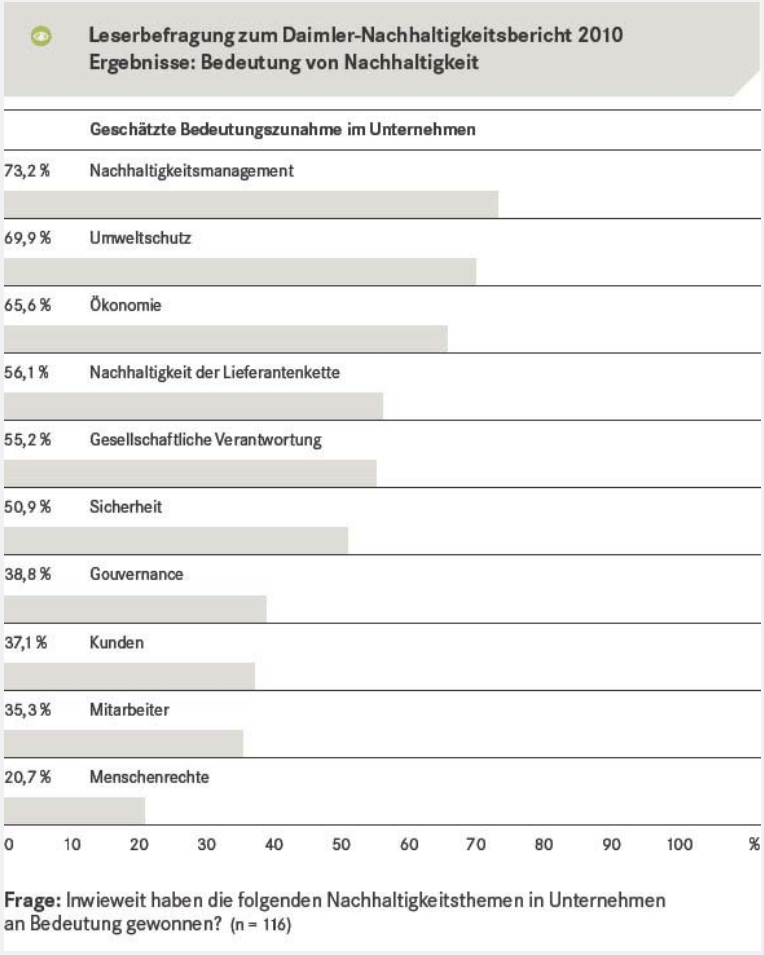
Seit 1996 begleiten wir unsere Berichterstattung regelmäßig durch qualitative Stakeholder- und Leserbefragungen. Die Ergebnisse dieser Befragungen geben uns wichtige Hinweise auf Defizite und Verbesserungsmöglichkeiten unserer Berichterstattung.

Die wichtigsten Ergebnisse unserer Leserbefragung 2010

Leserbefragung zum Daimler-Nachhaltigkeitsbericht 2010
Ergebnisse: Bedeutung von Nachhaltigkeit


Top 10 Nachhaltigkeitsthemen der Befragten
70,1 % Umweltschutz
56,4 % Gesellschaftliche Verantwortung
48,7 % Ökonomie
46,2 % Nachhaltigkeitsmanagement
25,6 % Nachhaltigkeit der Lieferantenkette
24,8 % Sicherheit
20,5 % Menschenrechte
19,7 % Mitarbeiter
12,0 % Gouvernance
10,3 % Kunden
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 %

Frage: Welche Nachhaltigkeitsthemen interessieren Sie persönlich besonders?
(Mehrfachauswahl möglich) (n = 117)


Leserbefragung zum Daimler-Nachhaltigkeitsbericht 2010
Ergebnisse: Bedeutung von Nachhaltigkeit
Geschätzte Bedeutungszunahme im Unternehmen
73,2 % Nachhaltigkeitsmanagement
69,9 % Umweltschutz
65,6 % Ökonomie
56,1 % Nachhaltigkeit der Lieferantenkette
55,2 % Gesellschaftliche Verantwortung
50,9 % Sicherheit
38,8 % Gouvernance
37,1 % Kunden
35,3 % Mitarbeiter
20,7 % Menschenrechte
0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100 %
Frage: Inwieweit haben die folgenden Nachhaltigkeitsthemen in Unternehmen an Bedeutung gewonnen? (n = 116)

1996–2003:	Quantitative Leserbefragung zum Umweltbericht durch das Forschungscenter Gesellschaft und Technik der DaimlerChrysler AG
2004:	Qualitative Stakeholder-Befragung zum Umweltbericht durch das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
2007:	Qualitative Stakeholder-Befragung zum Nachhaltigkeitsbericht durch die Kommunikationsagentur SLau Konzepte & Kommunikation
2010:	Erste qualitative Leserbefragung zum Nachhaltigkeitsbericht im Rahmen einer Diplomarbeit an der Universität Hohenheim

Haftungsausschluss. Bei der Erhebung der in diesem Bericht enthaltenen Daten sind wir mit größter Sorgfalt vorgegangen. Trotzdem können wir Fehler nicht vollkommen ausschließen. Soweit Aussagen über künftige Entwicklungen enthalten sind, gehen diese von den zum Zeitpunkt der Veröffentlichung verfügbaren Informationen und Prognosen aus. Auch wenn Letztere sehr sorgfältig erarbeitet wurden, können vielfältige, zum Erscheinungstermin nicht vorhersehbare Einflussgrößen zu Abweichungen führen. Die Berichtsinhalte wurden von den fachlich dafür zuständigen Mitarbeitern geprüft, auf eine Prüfung durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft haben wir verzichtet.

Hinweis. In diesem Bericht bezeichnet der Begriff Mitarbeiter die weiblichen und männlichen Beschäftigten der Daimler AG. Der letzte Nachhaltigkeitsbericht erschien im April 2010 unter dem Titel „360 GRAD – Fakten zur Nachhaltigkeit 2010“. Unser nächster Bericht wird Mitte April 2012 veröffentlicht.

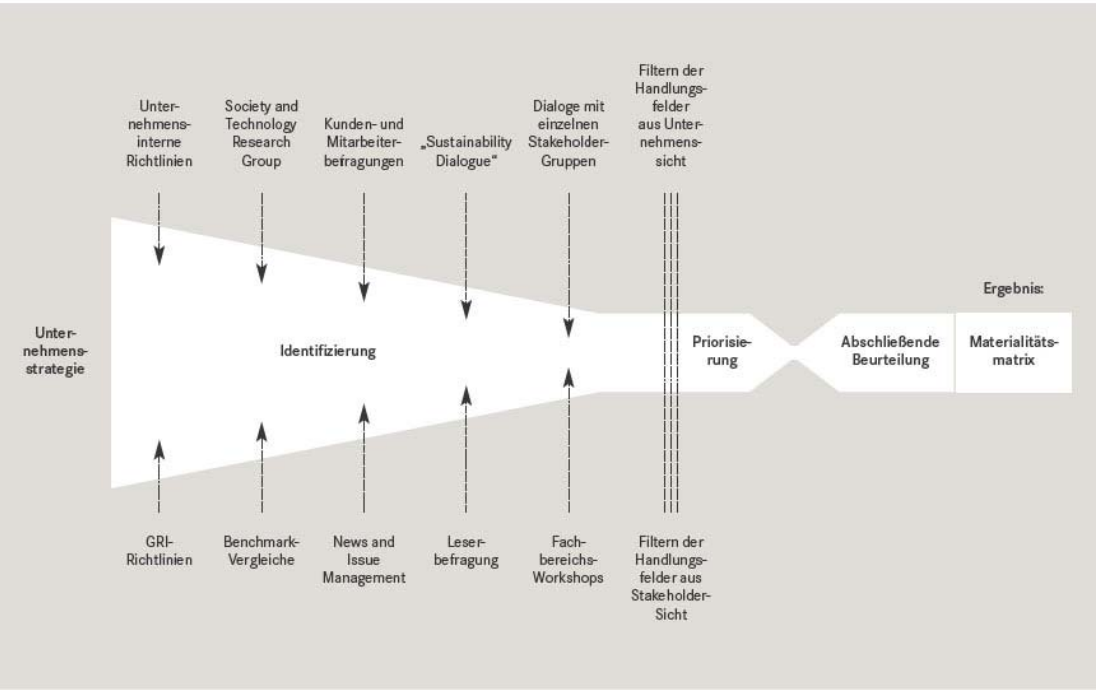
Unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung im Rückblick

- Seit 2009 haben wir unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung weiter konzentriert und für eine stärkere Integration des Themas in unsere allgemeinen Kommunikationsaktivitäten gesorgt:
  - Für den Nachhaltigkeitsbericht des Konzerns stehen seither die Berichte „360 GRAD – Fakten zur Nachhaltigkeit“, die weiterhin konsequent an den GRI-Leitlinien orientiert sind. Seit 2007 ist unser Bericht jedes Jahr mit der Klassifizierung „GRI checked Level A+“ ausgezeichnet worden.
  - Zugleich haben wir den thematischen Fokus Nachhaltigkeit zu einer Querschnittsaufgabe für unsere gesamte Medienarbeit gemacht: So werden Aspekte nachhaltiger Mobilität, wie die Entwicklung innovativer Antriebstechnologien, regelmäßig auch in unseren Kundenpublikationen wie dem Mercedesmagazin aufgegriffen. Zusätzlich haben wir unseren jährlichen Geschäftsbericht durch ein eigenes Nachhaltigkeitskapitel ergänzt.
- Seit 2008 haben wir unseren Onlineauftritt kontinuierlich weiterentwickelt und zudem die Verknüpfung von Print- und Onlineinhalten optimiert. Heute findet sich unter http://nachhaltigkeit.daimler.com unser interaktiver Nachhaltigkeitsbericht mit nutzerfreundlicher Oberfläche, Suchfunktion, zahlreichen Verlinkungen, einem ausführlichen GRI-Index sowie einem Kennzahlen-Tool, mit dem unsere User nach eigenen Bedürfnissen Tabellen und Grafiken etwa mit historischen Zahlenreihen erstellen können.
- Ebenfalls seit 2008 informieren wir unterjährig und somit zwischen der Veröffentlichung unseres nächsten Nachhaltigkeitsberichts über aktuelle Entwicklungen und Aktivitäten im Bereich der Nachhaltigkeit. Wir haben hierfür einen Sustainability-E-Newsletter etabliert, der alle acht Wochen erscheint. Bestellt werden kann der E-Newsletter unter der E-Mail-Adresse sustainability@daimler.com.
- Seit 2007 bietet unsere Website www.daimler.com/nachhaltigkeit darüber hinaus aktuelle Nachrichten und vertiefende Informationen zu einzelnen Themengebieten in einem eigenen Online-Special.
- 2006 legte Daimler zum ersten Mal eine integrierte Nachhaltigkeitsberichterstattung unter dem einheitlichen Markennamen „360 GRAD“ vor. Präsentiert werden zwei Publikationen, die sich in Ausrichtung, Gestaltung und Adressatenkreis ergänzen: ein an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) orientierter Bericht, „360 GRAD – Fakten zur Nachhaltigkeit“, sowie das Reportagemagazin „360 GRAD – Magazin zur Nachhaltigkeit“, in dem externe Journalisten in Reportagen und Features über wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Belange des Unternehmens berichten. Beide Printpublikationen werden durch einen Onlineauftritt erweitert.
- 2005 haben wir den „Bericht zur gesellschaftlichen Verantwortung“ und den Umweltbericht durch die „Fakten zur Nachhaltigkeit“ ergänzt.
- 2002 wurde erstmals ein „Bericht zur gesellschaftlichen Verantwortung“ veröffentlicht.
- Bereits im Jahr 1993 hat Daimler seine Umweltberichterstattung aufgenommen.

Redaktionsschluss dieses Berichts: 18. März 2011

MATERIALITÄT UND EINBINDUNG DER STAKEHOLDER

03 **Materialitätsanalyse**



Nachhaltigkeitsmanagement ist ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess. Um seine Zielkriterien zu bestimmen, sind wir auf den Dialog mit unseren Stakeholdern angewiesen – angefangen von unseren Mitarbeitern, über unsere Kunden bis hin zu Vertretern von Politik, Umwelt- und Menschenrechtsorganisationen. Dabei geht es um die Frage, welche besonderen Erwartungen an uns als global tätiger Automobilkonzern gestellt werden – und welche Anforderungen wir an uns selbst stellen müssen, wenn wir als Unternehmen nachhaltig erfolgreich sein wollen. Unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung ist Teil dieses Verbesserungsprozesses: Sie sorgt für Transparenz und ist zugleich ein Motor, der uns antreibt, besser zu werden – denn mit der Veröffentlichung lassen wir uns an unseren selbst gesetzten Nachhaltigkeitszielen messen und legen Rechenschaft über das ab, was wir erreicht haben.

Was ist wesentlich? Bei der Konzeption dieses Nachhaltigkeitsberichts und insbesondere bei der Auswahl und Gewichtung von Themen haben wir uns an den von der Global Reporting Initiative formulierten Prinzipien der Vollständigkeit, der Kontextualisierung („sustainability context"), Wesentlichkeit (Materialität) und der Einbeziehung von Stakeholdern („stakeholder inclusiveness") orientiert. Als wesentlich sehen wir ein Handlungsfeld der Nachhaltigkeit dann an, wenn es sowohl aus Sicht unserer Stakeholder als auch aus Sicht unseres Unternehmen als wichtig erachtet wird. Um die Schnittmenge der nicht immer übereinstimmenden Perspektiven zu bestimmen und eine Priorisierung vorzunehmen, setzen wir eine mehrstufige Materialitäts-analyse ein.

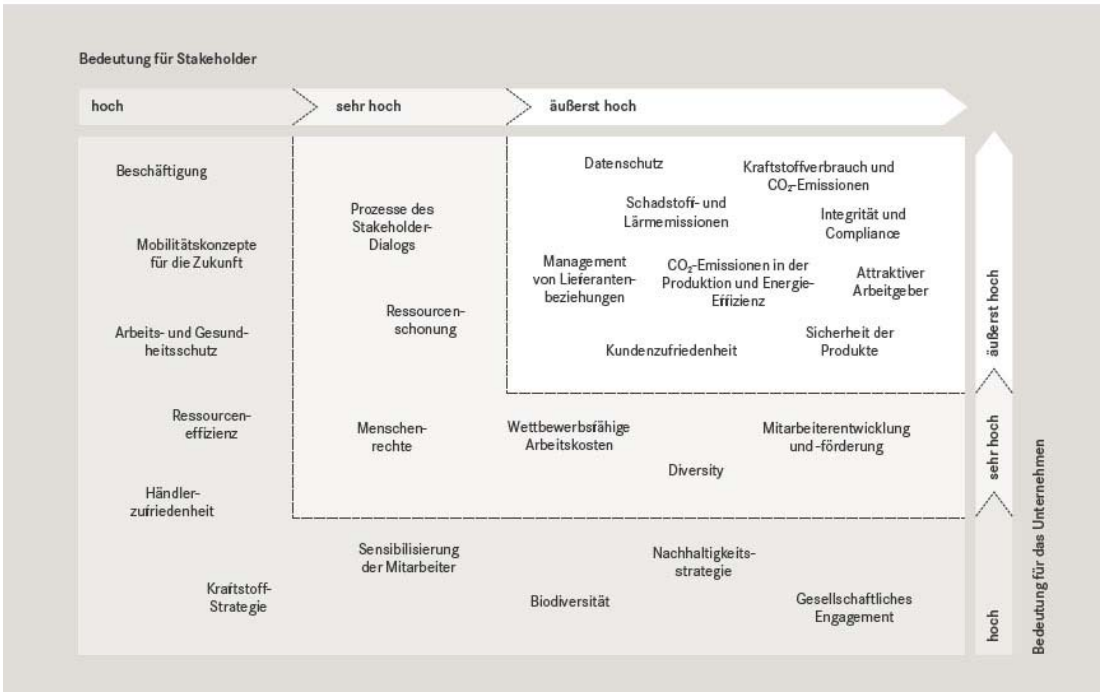
Identifikation und Relevanz. Bei der Vorauswahl von Handlungsfeldern orientieren wir uns an den spezifischen Herausforderungen der Nachhaltigkeit in unserem Kerngeschäft und ziehen die Kriterienkataloge der GRI sowie externe wie interne Standards und Regeln heran. In den weiteren Schritten unserer Materialitätsanalyse ist es unser Anspruch, ein möglichst genaues Bild von den Anliegen zu gewinnen, die unsere verschiedenen Stakeholder-Gruppen an uns herantragen (vgl. Kapitel "Management des Stakeholder-Dialogs"). Dazu werten wir unter anderem Leserbefragungen zu diesem Bericht, Kundenbefragungen, Dialoge mit einzelnen Stakeholder-

Gruppen und die Ergebnisse unseres „Sustainability Dialogue“ aus. Zur Ermittlung der Unternehmensinteressen greifen wir unter anderem auf Fachbereichsworkhops zurück und ziehen Mitarbeiterbefragungen sowie die Analysen unseres „News and Issues Management“ und unserer Forschungsgruppe „Society and Technology Research Group“ heran, die sich mit Veränderungen in Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft beschäftigt (siehe Grafik „Materialitätsanalyse“). Fachbereiche, die in regelmäßigem Kontakt mit relevanten Stakeholdern stehen, filtern die so identifizierten Handlungsfelder nach Relevanz. Unsere unternehmensinternen Nachhaltigkeitsgremien, das Corporate Sustainability Office (CSO) und Corporate Sustainability Board (CSB) überprüfen diese Einstufungen abschließend und berichtigen sie bei Bedarf. Die Materialitätsanalyse wird jährlich überarbeitet.

Unsere Materialitätsmatrix. Das Ergebnis unserer diesjährigen Materialitätsanalyse ist die Materialitätsmatrix 2011. In ihr sind alle für Daimler derzeit wesentlichen Handlungsfelder der Nachhaltigkeit dargestellt. Nach Maßgabe der Priorisierung sind sie in drei Relevanzstufen unterteilt. Die Handlungsfelder erfüllen folgende Kriterien:

- Sie beeinflussen unser unternehmerisches Handeln gegenwärtig oder zukünftig in äußerst hohem/sehr hohem/hohem Maße.
- Ihre Bedeutung für unsere Stakeholder ist äußerst hoch/sehr hoch/hoch.
- Wir sind in der Lage, sie – unmittelbar oder mittelbar – zu beeinflussen.

04 Materialitätsmatrix 2011



Alle Handlungsfelder sind für uns bedeutsam. Aber unsere besondere Aufmerksamkeit muss vor allem den Themen gelten, die sich im rechten oberen Feld der Matrix befinden. An dieser Priorisierung ist daher auch unsere Nachhaltigkeitsstrategie und unser Nachhaltigkeitsprogramm ausgerichtet.

Kontinuierlicher Verbesserungsprozess mit Zielperspektive. In diesem Jahr haben wir unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung noch systematischer an der Materialitätsanalyse ausgerichtet. Die Berichtsstruktur bildet damit besser als bisher unser besonderes Anforderungsprofil in puncto Nachhaltigkeit ab (siehe unter „Berichtsprofil“). Trotz unseres Anspruchs einer steten Verbesserung der Materialitätsanalyse lassen sich manche Defizite nicht gänzlich ausräumen: Ein gewisser Grad an Subjektivität schwingt bei der Bestimmung der Handlungsfelder immer mit. Darüber hinaus können die teilweise voneinander abweichenden Interessen der Stakeholder nicht immer getreu abgebildet werden. Wir haben versucht, dies durch die Bildung von Mittelwerten zu lösen.

EXTERNAL ASSURANCE

PRICEWATERHOUSECOOPERS

Unabhängiger Assurance Bericht zum Daimler Nachhaltigkeitsbericht 2011

Bericht an das Corporate Sustainability Board ('CSB') der Daimler AG, Stuttgart:

Wir haben eine Überprüfung bezüglich des in der Folge genannten Untersuchungsgegenstands im Zusammenhang mit dem Nachhaltigkeitsbericht 2011 der Daimler AG durchgeführt.

UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND

Daten und Informationen zum Nachhaltigkeitsbericht 2011 für das am 31. Dezember 2010 abgeschlossene Geschäftsjahr der Daimler AG für die folgenden Aspekte:

- Die Anwendung auf Konzernebene der Daimler-internen Richtlinien zur Berichterstattung von Umwelt- und Personalkennzahlen sowie von Informationen im Zusammenhang mit Aktivitäten im Bereich Menschenrechte, publiziert Nachhaltigkeitsbericht;
- Das interne Berichterstattungssystem auf Konzernebene (ohne die entsprechenden Prozesse auf Standortebene) inklusive des Kontrollumfelds, zur Erhebung und Konsolidierung von Nachhaltigkeitsinformationen; und
- Die Daten zu den konsolidierten Konzernkennzahlen: Energieverbrauch und CO_2-Emissionen im produktionsbezogenen Umweltschutz auf der Seite 61, der CO_2-Emissionen im Durchschnitt der europäischen Daimler-Flotte auf den Seiten 46/47, der Anteil der Frauen bei Daimler AG auf den Seiten bis 69 und 71/72 sowie zum Textabschnitt Menschenrechte den Seiten 30/31 und 83 des Nachhaltigkeitsbericht 2011.

KRITERIEN

- Die Daimler-internen Richtlinien zur Berichterstattung von Umwelt- und Personalkennzahlen sowie Informationen im Zusammenhang mit Aktivitäten im Bereich Menschenrechte im Nachhaltigkeitsbericht;
- Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung G3, veröffentlicht durch die Global Reporting Initiative (GRI) im Oktober 2006; und
- Die Verfahren, mit welchen die Nachhaltigkeitsinformationen intern erhoben, verarbeitet, aggregiert und konsolidiert werden sowie die auf den Seiten 8/9 des Daimler Nachhaltigkeitsbericht 2011 aufgeführten Prinzipien zur Berichterstattung.

VERANTWORTLICHKEIT und METHODIK

Die Genauigkeit und Vollständigkeit von Daten im Bereich der Nachhaltigkeit unterliegen inhärent vorhandenen Grenzen, welche aus der Art und Weise der Datenerhebung, -berechnung und schätzung resultieren. Unser Assurance Bericht sollte deshalb im Zusammenhang mit den Richtlinien und Verfahren sowie den Definitionen der Daimler AG zur Berichterstattung der Nachhaltigriterien gelesen werden.

Für den Untersuchungsgegenstand und die Kriterien ist das CSB der Daimler AG verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht diese Angaben zu prüfen und eine Schlussfolgerung in Übereinstimmung mit dem International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 zu ziehen. Nachhaltigriterien.

Bei einer vorliegenden Überprüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Überprüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit (z. B. einer Jahresabschlussprüfung) weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird.

VORGEHENSWEISE

Unsere Überprüfung beinhaltete folgende Arbeitsschritte:

- **Evaluation der Anwendung der Konzernrichtlinien**
  Prüferische Durchsicht der Anwendung der Daimler-internen Richtlinien zur Berichterstattung von Umwelt- und Personalkennzahlen sowie Informationen im Zusammenhang mit Aktivitäten im Bereich Menschenrechte;
- **Prüfarbeiten auf Konzernebene**
  Gespräche mit Konzernfunktionen im Bereich Umweltschutz, Global Diversity Office, Human Resources sowie External Affairs and Public Policy. Die Auswahl der Funktionen erfolgte aufgrund qualitativer Kriterien im Zusammenhang mit den entsprechenden Untersuchungsgegenständen;
  Befragung der Personen, welche auf Konzernebene für die Erhebung und Verarbeitung der Daten zuständig sind;
- **Beurteilung Kennzahlen**
  Stichprobenweise Überprüfung von Nachweisen für eine Auswahl von Kennzahlen (Energieverbrauch und CO_2-Emissionen im produktionsbezogenen Umweltschutz, CO_2-Emissionen im Durchschnitt der europäischen Daimler-Flotte, Anteil der Frauen bei Daimler und Menschenrechte) zur Nachhaltigkeitsberichterstattung 2011 bezüglich Vollständigkeit, Richtigkeit, Angemessenheit und Konsistenz;
- **Prüferische Durchsicht der Dokumentation**
  Prüferische Durchsicht der relevanten Dokumentation am Konzernsitz auf Stichprobenbasis, einschliesslich der Management- und Berichterstattungsstrukturen sowie der vorhandenen Dokumente zur Berichterstattung; und
- **Beurteilung der Prozesse und Datenkonsolidierung**
  Prüferische Durchsicht der Prozesse zur Erhebung und Verarbeitung der Daten und Informationen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung hinsichtlich ihrer Zweckmässigkeit; und Beurteilung des Konsolidierungsverfahrens auf Konzernebene.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Gemäss unserer Beurteilung

- werden die Daimler-internen Richtlinien zur Berichterstattung von Umwelt- und Personalkennzahlen sowie Informationen im Zusammenhang mit Aktivitäten im Bereich Menschenrechte richtig angewandt;
- wird der GRI Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung G3 richtig angewandt; und
- funktioniert das interne Berichterstattungssystem zur Einholung und Konsolidierung von Umwelt- und Personalkennzahlen sowie Informationen im Zusammenhang mit Aktivitäten Menschenrechte bestimmungsgemäss und bildet damit eine angemessene Grundlage für die Veröffentlichung der im Untersuchungsgegenstand genannten Konzernkennzahlen und Textabschnitten.

Gestützt auf unsere in diesem Assurance Bericht beschriebenen Arbeitsschritte und Kriterien sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Daten und Informationen, die im Untersuchungsgegenstand erwähnt und im Daimler Nachhaltigkeitsbericht 2011 publiziert sind, kein angemessenes Bild der Nachhaltigkeitsleistungen der Daimler AG geben.

Zürich, 25. Februar 2011

PricewaterhouseCoopers AG

Dr. Thomas Scheiwiller Jürg Wyser

NACHHALTIGKEITSPROGRAMM 2010-2020

2010 haben wir den Begriff der Nachhaltigkeit in unser strategisches Zielsystem aufgenommen. Damit unterstreichen wir: Ökonomische, ökologische und soziale Verantwortung gehören für Daimler zusammen. Nachhaltigkeit ist der rote Faden unseres unternehmerischen Handelns. Er fordert von uns, unsere geschäftlichen Zielsetzungen und Unternehmensinteressen ins Verhältnis zu den Erwartungen unserer Stakeholder zu setzen und auf diese Weise eine Priorisierung der Handlungsfelder der Nachhaltigkeit vorzunehmen. Zu welchen Ergebnissen wir dabei gelangt sind, ist in unserer „Materialitätsmatrix 2011“ dargestellt. Aus den definierten Handlungsfeldern haben wir konkrete Ziele abgeleitet, an denen wir uns in Zukunft messen lassen wollen.

Dieses Nachhaltigkeitsprogramm 2010-2020 verstehen wir nicht als statisches Zielprogramm. So wie wir uns ständig an neue Marktbedingungen in einem dynamischen Wettbewerb anpassen müssen, so verändern sich auch die Anforderungen, die unsere Stakeholder Jahr für Jahr im Rahmen unserer Stakeholder-Dialoge an uns stellen. Unser Nachhaltigkeitsprogramm 2010-2020 soll deshalb die wesentlichen Zielhorizonte unseres Nachhaltigkeitsengagements in den vor uns liegenden Jahren aufzeigen und zugleich genügend Flexibilität aufweisen, um auch kurzfristig auf neue Herausforderungen reagieren zu können.

Ziel erreicht | Teilziel erreicht | Neues Ziel

02 Nachhaltigkeitsmanagement

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
1. Integrität und Compliance			
Compliance-Schulung. Konzernweite Fortführung der Trainings mit mehr als 150.000 Teilnehmern und Ausweitung auf die Geschäftspartner."	2011	Im Jahr 2010 nahmen über 111.000 Mitarbeiter am webbasierten Training zur Daimler Verhaltensrichtlinie teil. Mehr als 21.000 Mitarbeiter aus Gesellschaften und Bereichen, die Vertriebsaktivitäten durchführen, absolvierten das webbasierte Training zur Korruptionsprävention. Weltweit wurden 140 Präsenztrainings mit mehr als 3.500 Teilnehmern durchgeführt. Darüber hinaus durchliefen die obersten Führungskräfte des Unternehmens ein gezieltes Antikorruptionstraining.	"Durchführung des neuen Code of Conduct-Online-Trainings zur Verhaltensrichtlinie. // Durchführung des Online-Trainings zur Korruptionsprävention in Deutschland; (internationale Umsetzung bereits 2009). // Zusätzliche Trainings für Top-Führungskräfte (Senior Vice Presidents; Direktoren im Vertrieb). // Trainings für Geschäftspartner. // Seminare zu "Compliance und Führung" für neue (Senior) Manager im Ausland. "
Bewusstseinsbildung. Verbesserung der Kenntnisse der Mitarbeiter über Vereinbarungen und Richtlinien.	2012	Wir haben eine Untersuchung erarbeitet und erstmals durchgeführt. Die Ergebnisse wurden - auch auf Bereichsebene - analysiert und konzernweit kommuniziert, z.B. im Mitarbeiter-Portal.	"Konzernweite Evaluation der Verhaltensrichtlinie und der Antikorruptionsrichtlinien. // Ableitung, konzernweite Abstimmung und Durchführung von Kommunikations- und Informationsmaßnahmen zur Verbesserung der Wissensbasis der Mitarbeiter. "
Hinweisgebersystem. Verbesserung des Hinweisgebersystems und konzernweiter Ausbau der Serviceleistungen des Business Practices Office (BPO).	2011	In der Region Asien und Australien/ Pazifik haben wir die Reichweite des Hinweisgebersystems vergrößert. Außerdem wurde die Bekanntheit des BPO erhöht und - unter Wahrung der Anonymität - mehr Transparenz über gemeldete Hinweise von vermutetem Fehlverhalten geschaffen.	Bereitstellung eines online Meldebogens zum globalen Hinweisgebersystem und gebührenfreie telefonische Hotlines in zusätzlichen 8 Sprachen, weitere Sprachen in 2011. // Ausweitung der globalen BPO-Kommunikation in internen Print- und Online-Medien. // Vierteljährliches Reporting anonymisierter Beschwerden an die Top-Führungskräfte.

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
Geschäftspartner. Optimierung und Ausbau der konzernweiten Integritätsprüfung der Geschäftspartner, die im Auftrag von Daimler tätig sind.	2011	2010 haben wir Standardprozesse für neue Geschäftspartner definiert und dokumentiert. Für die Bewertung der Partner wurde eine Risikomatrix auf Basis von Geschäfts- und Länderrisiken festgelegt.	Abschaffen von Ausnahmeregelungen für NAFTA-Händler. // Ausbau der Kommunikation zu aktuellen Anfragen und Überprüfungen. // Verbesserung und zentrale Bereitstellung von Umsetzungshilfen für den Due Diligence Prozess. // Festlegung von Kriterien und Ausarbeitung von Richtlinien für die Durchführung von Due Diligences. // Entwicklung und Einführung eines globalen IT-gestützten Due Diligence Prozesses.
Kommunikation. Weltweite interne Kommunikations-kampagne "fairplay." zu Integritätsthemen.	2013	Neues Ziel	Konzernweite Kommunikationskampagne in 19 Sprachen für Mitarbeiter, Management und Business-Partner. // Einsatz von klassischen Kommunikationsmitteln. // Ziel ist, den Unternehmenswert Integrität stets als Basis unseres Handelns zu implementieren.
2. Datenschutz			
Datenschutz Mitarbeiterdaten. Datenschutz Sensibilisierung aller Führungskräfte (Ebene 5 bis Ebene 2) in Deutschland im Umgang mit Gesundheitsdaten bis 2012.	2012	Neues Ziel	Präsenzschulungen an allen Werkstandorten in Deutschland durchführen. // Ausrollen und implementieren eines Standard-Tools zur fortlaufenden Qualifizierung neuer Führungskräfte (Ebene 5 bis Ebene 2) in Deutschland beim Thema Gesundheitsdaten.
Datenschutz weltweit. Entwicklung eines konzern-weiten Awarenesskonzepts innerhalb des Daimler-Konzerns bis 2015.	2015	Neues Ziel	Entwicklung eines konzernweiten Awarenesskonzepts (Realisation: 2011). // Entwicklung und Implementierung konzernweiter Schulungsstandards im Bereich Datenschutz (Realisation: 2012-2015).
Schutz von Kundendaten. Optimierung des Daten-schutzes im Mercedes-Benz Vertrieb der Daimler AG durch Umsetzung neuer nationaler Richtlinien.	2011	Neues Ziel	Umsetzung der neuen Datenschutzrichtlinien und -vorgaben insbesondere des Bundesdatenschutzgesetzes in der gesamten Vertriebskette. // Schulung der beteiligten Mitarbeiter und Implementierung der veränderten Prozesse sowie Optimierung von Kundendaten.
3. Management von Lieferantenbeziehungen			
Schulungen. Bessere Verankerung der Daimler Nachhaltigkeitsanforderungen mithilfe von Lieferanten-trainings.	2013	In der Türkei und Brasilien hat Daimler gemeinsam mit anderen Automobil-herstellern Pilottrainings zu Sozial-standards, Menschenrechten, Umwelt-anforderungen und Geschäftsethik durchgeführt. Türkei: 2 Trainings, unter den Teilnehmern waren 13 Daimler Lieferanten, Brasilien: 10 Trainings, unter den Teilnehmern waren 40 Daimler Lieferanten.	Einführung von Lieferantentrainings zu Sozialstandards, Menschenrechten, Umweltstandards und Geschäftsethik in ausgewählten Risikoländern. Fokus 2011: Indien & Brasilien mit je rund 40 Lieferanten.
Lieferantenauskunft. Überprüfung der Umsetzung der Daimler Nachhaltigkeits-anforderungen bei Lieferanten mithilfe von Selbstauskünften.	2012	Die Daimler Selbstauskunft wurde weltweit mit Lieferanten getestet; eine Online-Version des Fragebogens steht zur Verfügung.	Versand und Auswertung der Selbstauskunft für ausgewählte Lieferanten in Risikoländern und in Risiko-Commodities. Fokus 2011: Reinigungsdienstleistungen IPS, rund 50 Lieferanten.

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
Vertragsbedingungen. Verankerung der Daimler Richtlinie zur Nachhaltigkeit in verbindlichen Vertrags-bedingungen.	2013	Die Richtlinie zur Nachhaltigkeit wurde in die Mercedes-Benz Special Terms integriert, die in Deutschland für Lieferanten im Pkw- und Nutzfahrzeug-bereich gelten. Außerdem floss sie in die Einkaufsbedingungen für Lieferanten des Bereichs Nicht-Produktionsmaterial ein.	Schrittweise Integration der Richtlinie zur Nachhaltigkeit in Vertragsdokumente weltweit.
4. Prozesse des Stakeholder-Dialogs			
Stakeholder-Dialog. Internationalisierung des Stakeholder Dialogs.	2014	Die zentrale, global ausgerichtete Stakeholder- Dialog Veranstaltung in Stuttgart ("Sustainability Dialogue") wurde 2010 um eine regional ausgerichtete Veranstaltung in China ergänzt.	Ab 2011 soll jährlich zusätzlich eine - der China vergleichbaren - regionale Stakeholder Dialog-Veranstaltung in den USA durchgeführt werden.
5. Nachhaltigkeitsstrategie			
Strategieprozess. Erstellung der konzernweit gültigen Daimler Nachhaltigkeits-strategie.	2012	Neues Ziel	Bereichsübergreifender Prozess mit ergänzenden Maßnahmenplänen und deren Bericherstattung (bis Ende 2011). // Verabschiedung, Implementierung und Kommunikation von Maßnahmenplänen (bis Ende 2012).
6. Sensibilisierung der Mitarbeiter			
Kommunikation. Stärkung des Bewusstseins und Wissens der Mitarbeiter über die Nachhaltigkeitsziele und -aktivitäten des Unternehmens.	2012	Neues Ziel	Ausbau und Intensivierung der Führungskräfte-Kommunikation (Ebene 5 bis Ebene 1) zu Nachhaltigkeitsthemen, speziell zur Nachhaltigkeits-Strategie, zum Nachhaltigkeitsmanagement und zur Bedeutung des Themas innerhalb des Daimler Zielsystems.

03 Produktverantwortung

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
1. Kraftstoffverbrauch und CO_2-Emissionen			
CO_2-Emissionen Pkw. Reduktion der CO_2-Emissionen (Basis NEFZ) der Neuwagenflotte in Europa bis zum Jahr 2012 auf unter 140 g CO_2/km und bis zum Jahr 2016 auf 125 g CO_2/km. Dies entspricht einer Reduktion der CO_2-Emissionen im 5 Jahreszeitraum 2007-2012 um rund 21 Prozent und um rund 30 Prozent von 2007- 2016. Bis zum Jahr 2020 werden wir die CO_2-Werte weiter substantiell reduzieren. Konkrete Zielwerte können wir für diesen Zeitraum aber erst nennen, wenn noch offene regulatorische und politische Fragen (z.B. Rahmenbedingungen für E-Mobilität, Testzyklus) geklärt sind.	A)2012 B)2016	Der Gesamtflottendurchschnitt der Mercedes-Benz Cars Flotte in Europa lag 2010 bei 158 g CO_2/km.	Technische Maßnahmen zur weiteren Verbesserung des Wirkungsgrades des Antriebsstranges, u.a. auch neue, innovative Brennverfahren. // Einführung verschiedener Hybridlösungen. // Serieneinführung smart electric drive im Jahr 2012. // "Best in class" mit jährlich mindestens einem Neufahrzeug in den Volumenbaureihen, dessen CO_2-Emissionen im Vergleich zum Vorgängermodell um mindestens 8 bzw. 15 Prozent reduziert sind.

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
CO_2-Emissionen leichte Nutzfahrzeuge. Reduktion der CO_2-Emissionen der Neuwagenflotte in Europa um mehr als 10 Prozent bis zum Jahr 2014 bezogen auf 2010.	2014	Neues Ziel	Technische Maßnahmen zur weiteren Verbesserung des Wirkungsgrades des Antriebsstranges sowie innermotorische Optimierungen. // Kleinserie Vito E-CELL. // Einführung eines neuen, effizienten Kleintransporters.
Verbrauchsreduktion bei schweren Nutzfahrzeugen. Reduktion des Verbrauchs der N3-Lkw in Europa gegenüber dem Basisjahr 2005 (Euro III -Fahrzeuge) bis zum Jahr 2020 um durchschnittlich 20 Prozent pro tkm.	2020	Bis zum Jahr 2010 konnte eine Reduktion von rund 8 Prozent bei Fernverkehrs-Lkw gegenüber dem Ausgangsjahr erzielt werden.	Weiterentwicklung und Optimierung des Antriebsstranges durch z.B. Minderung der Reibverluste. // Einführung neuer, gewichts- und verbrauchsoptimierter Motoren. // Verbesserung der Aerodynamik des Fahrerhauses und des Gesamtfahrzeuges. // Einführung rekuperativer Systeme. // Kommerzialisierung der Hybridtechnologie.
2. Schadstoffemissionen			
Euro-6-Norm bei Pkw. Vorerfüllung der Euro-6-Norm für 50 Prozent aller Mercedes-Benz und smart Neufahrzeuge in Europa bis Ende 2014.	2014	0,6 Prozent der 2010 in Europa verkauften Mercedes-Benz Pkw erfüllten bereits die Euro-6-Norm. Insgesamt haben 2010 mehr als 87 Prozent der in Europa abgesetzten Pkw die ab 01.01.2011 für alle Neufahrzeuge gültige Euro-5-Norm erfüllt.	Weiterentwicklung der Motoren und bestehender Technologien zur Abgasminderung bei Benzin- und Dieselfahrzeugen zur Einhaltung der Grenzwerte.
EEV-Motoren für leichte Nutzfahrzeuge. Einführung von EEV -Motoren (parallel zu Euro 5) für alle Transporterbaureihen bis Ende 2013; Einführung Euro VI , Gruppe I für N1 Fahrzeuge ab Nachfolger Vito/Viano sofern Marktnachfrage gegeben.	ab 2013	Neues Ziel	Weiterentwicklung der Motoren und bestehender Technologien zur Abgasminderung bei Benzin- und Dieselfahrzeugen zur Einhaltung der Grenzwerte. (Wiederholung)
EEV-Motoren für schwere Nutzfahrzeuge. Ausweitung des Angebots an EEV Fahrzeugen auf über 90 Prozent des Typenspektrums bis Ende 2011.	2011	Neues Ziel	Weiterentwicklung der Motoren und der SCR -Technologien zur Abgasminderung zur Einhaltung der Grenzwerte.
Euro VI für schwere Nutzfahrzeuge. Euro VI -Typgenehmigung für 30 Prozent der Daimler-Nutzfahrzeuge (Busse, Lkw und Sattelzüge) in Europa bis Ende 2013 sofern durch entsprechende Beschlüsse der Politik unterstützt wird	2013	Neues Ziel	Weiterentwicklung der Motoren und der SCR-Technologien zur Abgasminderung zur Einhaltung der Grenzwerte. (Wiederholung)
3. Sicherheit			
Sicherheit für Pkw. Erreichen einer 5-Sterne-Bewertung im Euro NCAP-Phase-3-Crashtest für jede neue Baureihe ab 2012.	ab 2012	Neues Ziel	Fahrzeugkonzeptabhängig sind weitere Maßnahmen erforderlich. Zusätzlich zur Aktiven Motorhaube mit Aktuatoren ist z.B. der Einsatz eines Scheibenairbags erforderlich.
Assistenzsysteme für schwere Nutzfahrzeuge. Sukzessive Erhöhung der Ausstattungsquote mit Assistenzsystemen bei schweren Nutzfahrzeugen. So möchten wir beispielsweise den Ausstattungsgrad von Active Brake Assist von etwa 10 Prozent im Jahr 2009 bis Oktober 2015 verdoppeln.	2015	- Einführung Active Brake Assist 2 im Jahr 2010 - Bei den Actros Fernverkehrszugmaschinen wird etwa jede Dritte mit Active Brake Assist ausgestattet.	Paketpreise wie das Safety Pack Classic und das Safety Pack Top machen die Anschaffung von Assistenzsystemen in Nutzfahrzeugen um rund ein Drittel günstiger als die Einzelbestellung der Systeme. Verschiedene Versicherer bieten für Lkw mit entsprechender Sicherheitsausstattung Prämienvorteile an. Teilweise gibt es auch direkte Zuschüsse durch die jeweiligen Berufsgenossenschaften.

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
4. Ressourcenschonung			
Ressourcenschonung. Steigerung der Gesamtmasse aller für den Einsatz von nachwachsenden Rohstoffen sowie aller für den Einsatz von Rezyklaten freigegebenen Bauteile und -komponenten der Mercedes-Benz Pkw Baureihen um jeweils 25 Prozent bis 2015 - bezogen auf das Jahr 2010	2015	Neues Ziel	Weitere Erprobungen und Freigabe von Recyclingmaterialien für Bauteile.
5. Innenraumemissionen			
Innenraumemissionen. Kontinuierliche Verbesserung der Luftqualität im Fahrzeuginnenraum.	2012	Neues Ziel	Fortlaufende Emissionsreduktion und entwicklungsbegleitende Bewertung von Werkstoffen, Bauteilen und Gesamtfahrzeugen für alle zukünftigen Mercedes-Benz Pkw. // Aufbau entsprechender interner Messkapazitäten.
6. Design for Environment (DfE)			
Produktentwicklung. Systematische Integration von Umweltaspekten in die Mercedes-Benz-Produktentwicklung gemäß ISO TR 14062 – Design for Environment.	2011	Neues Ziel	Überprüfung der Wirksamkeit des DfE - Prozesses durch interne und externe produktbezogene Umweltaudits. // Veröffentlichung und externe Validierung von produktbezogenen Umweltinformation für die in 2011 neu auf den Markt kommenden Mercedes-Benz Pkw (bezeichnet als "Life Cycle"-Umwelt-Zertifikate").
7. Kundenzufriedenheit			
Mercedes-Benz Cars. Langfristige Beibehaltung des Status als Marke mit der höchsten Kundenzufriedenheit im Premiumsegment.	2011	Neues Ziel	Durch das seit 2006 laufende Programm CSI No. 1 wurden die Kundenkontaktprozesse im Verkauf und Service grundsätzlich überarbeitet und optimiert. Die daraus resultierenden Standards in der Kundenbetreuung sowie in den Werkstatt- und Logistikprozessen haben dazu geführt, dass die Marke Mercedes-Benz in der Vehicles Owners Satisfaction Study von J.D. Power in Deutschland die Spitzenpositionen einnimmt. Um sicherzustellen, dass dieses Ergebnis nachhaltig gesichert werden kann, wurden die Qualitätsmaßnahmen für die Kundenzufriedenheit in die Linienfunktionen implementiert und in die ScoreCard und Strategien der Bereiche integriert.
Service- und Teilequalität. Absicherung und Steigerung der Servicequalität für die im Mercedes-Benz Vertriebsnetz betreuten Kunden insbesondere auch im Markt der wachsenden Zahl älterer Fahrzeuge. Beibehaltung der Spitzenposition bei Pkw- und Nutzfahrzeugen unter anderem beim Service-Award des "KFZ-Betriebs".	2011	Neues Ziel	Eine Maßnahme ist ein innovatives Kundenbeziehungsmanagement (eCRM) zur differenzierten Kundenansprache und -bindung. Daneben liegt besonderes Augenmerk auf der Produktentwicklung, eng verbunden mit dazugehörigen Dienstleistungen und abgestimmt auf die spezifischen Kunden-bedürfnisse. Darüber hinaus gilt es die Betriebe zu befähigen, die hohen Anforderungen entsprechend umzusetzen.

04 Betrieblicher Umweltschutz

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
1. Energieeffizienz			
CO_2-Emissionen in der Produktion. Kontinuierliche Senkung der spezifischen CO_2-Emissionen in der Produktion um 20 Prozent bis 2015 gegenüber 2007.	2015	Erreichte prozentuale Änderung der spezifischen CO_2- Emission gegenüber 2007: Daimler Buses -20 Prozent, Mercedes-Benz Cars -6,5 Prozent, Mercedes-Benz Vans 2,8 Prozent, Daimler Trucks 9,7 Prozent (mit Bezugsjahr vergleichbar gerechnet ohne Kraftstoffe, ohne Atlantis Foundry). Die Energieeffizienz bei Mercedes-Benz Vans und Daimler Trucks ist aufgrund der immer noch deutlich niedrigeren Produktionszahlen schlechter als im Basisjahr. Gegenüber 2009 verringerte sich in allen Geschäftsfeldern die spezifische CO_2-Emission deutlich (Daimler Buses -19 Prozent, Mercedes-Benz Cars -9 Prozent, Mercedes-Benz Vans -20 Prozent, Daimler Trucks -24 Prozent).	Weiterführung der bestehenden Projekte zur Identifikation möglicher Energieeinsparungen // Rasche Umsetzung priorisierter Maßnahmen // Erhöhte Anforderungen an Energieeffizienz für neue Produktionsanlagen.
2. Biodiversität			
Biodiversität. Entwicklung eines Konzeptes zur Bewertung der Biodiversitätsauswirkung eines Automobilstandortes bis 2013.	2013	Neues Ziel	Pilotprojekt im Werk Sindelfingen in Zusammenarbeit mit dem Global Nature Fund // Entwicklung einer Kennzahl zur ökologischen Bewertung von Flächen
3. Luftreinhaltung, Ressourceneffizienz, Umweltmanagement			
Umweltleistungsindikatoren. Entwicklung eines durchgängigen standortübergreifenden Systems zur Steuerung von Zielsetzung und Zielerreichung über Umwelt-leistungsindikatoren bis 2013.	2013	Indikatoren und Reportingsysteme bereits im Piloteinsatz bei Trucks und Bussen.	Entwicklung entsprechender Managementprozesse auf Geschäftsfeld- und Werksebene bei Trucks und Buses. // Entwicklung neuer Indikatoren und Reportingprozesse im Rahmen des Projekts Green Production bei Mercedes-Benz Cars // Zusammenführung der Geschäftsfeldprozesse auf Konzernebene

05 Unsere Mitarbeiter

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
1.Arbeitgeberattraktivität			
Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben. Entwicklung von Wegen zur nachhaltigen Verankerung der Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben in der Daimler-Unternehmenskultur auf Grundlage identifizierter Handlungsfelder.	2013	Es wurden 2010 deutschlandweit rund 6.200 Führungskräfte und Mitarbeiter über alle Ebenen hinweg befragt (Rücklaufquote 72 Prozent). Auf Grundlage der Ergebnisse wurden erste Handlungsfelder mit Experten der Daimler AG identifiziert.	Im Rahmen einer strategischen HR-Initiative der Daimler AG und des vom BMBF geförderten Forschungsprojekts "Work-Life-Balance (WLB) - Ausgeglichen!" werden in Kooperation mit der Universität Heidelberg auf Grundlage von zwei Mitarbeiterbefragungen Handlungsfelder identifiziert, bestehende Maßnahmen/ Prozesse evaluiert und ggf. optimiert bzw. neuentwickelt.

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
Mitarbeiter-Commitment. Erhöhung der Zufriedenheit und Verbundenheit der Beschäftigten mit dem Unternehmen durch Maßnahmen auf Basis von Mitarbeiterbefragungen.	2015	"Employee Commitment Index" - Wert (ECI) bei Mitarbeiterbefragung 2010 um 10 Prozent gegenüber 2008 erhöht (Anstieg von 58 auf 64 Indexpunkte). // Maßnahmenpläne umgesetzt. // Durchführung von Vollbefragung und Stich-probenbefragung im jährlichen Wechsel beschlossen.	Weitere regelmäßige Messung des ECI. // Umsetzung der aus der Mitarbeiterbefragung 2010 resultierenden Maßnahmen. // Definition mittelfristiger ECI-Zielwerte im März 2011 und Konsolidierung des erreichten hohen Niveaus. // Zielwert 2011: >64 //konkrete Zielwerte bis 2013 werden im 1.HJ 2011 festgelegt und regelmässig aktualisiert.// Durchführung von Vollbefragung und Stichprobenbefragung im jährlichen Wechsel beschlossen, also Vollbefragung Herbst 2011, Puls Check im Herbst 2012 usw.
Personalmarketing. Stärkung der Positionierung als attraktiver Arbeitgeber durch eine Ausrichtung des Personal-marketings auf die strategischen Zukunftsmelder "Green Recruiting" und "Emerging Markets" .	2012	Ausrichtung des Daimler "Employer Branding" auf "Green Recruiting" in Deutschland und China umgesetzt.	Erweiterung der Fokussierung auf "Green Recruiting" auf Zukunftsmärkte wie China, Russland und Indien. // Erhöhung der Zahl der Ausbildungsplätze in China von aktuell 72 auf 500. // Erhöhung der Zahl der Ausbildungs-partner (Schulen) in China von aktuell 5 auf 21.
2. Wettbewerbsfähige Arbeitskosten			
Wettbewerbsfähige Managementvergütung. Umsetzung einer weltweit einheitlichen und transparenten Vergütungspolitik, die auf mittel- bis langfristig orientierte erfolgsabhängige Elemente setzt.	2012	A) Daimler Executive Bonus: Auszahlung erfolgt proportional zum Unternehmenserfolg (Zeitraum: 1 Jahr). // Weltweit einheitliche transparente Systematik. // B) Auszahlung aktienorientierte Vergütung gemäß Unternehmenserfolg (Zeitraum: 4 Jahre). Langfristige Verpflichtung zum Halten von Aktien.	Daimler Executive Bonus: Weltweite Umsetzung für das gesamte Management. // Abteilung der für den Bonus relevanten Jahresziele aus mittelfristigen Unternehmenszielen. // Aktienorientierte Vergütung: Interne Ziele und Vergleichsziele zum Wettbewerb als Basis; Fehlverhalten und Compliance-Verstöße wirken sich auf die Zuteilung aus.
3. Vielfalt und Chancengleichheit			
Diversity-Management. Daimler will im Diversity-Management zu den Spitzenreitern der deutschen Automobilindustrie gehören. Dazu soll Diversity in Personalprozessen und Unternehmenskultur verankert werden.	2020	Bis Ende 2010 wurden rund 4.400 Führungskräfte in Diversity-Workshops geschult.	Organisierte Verankerung von Diversity-Management. // Schulung und Sensibilisierung der Führungskräfte. // Anwendung von Diversity-Kriterien bei der Leistungs- und Potenzialbeurteilung.

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
Erhöhung des Frauenanteils. A) Im Daimler-Konzern auf 20 Prozent in leitenden Führungspositionen weltweit (bis 2020); B) Auf 14 bis 18 Prozent auf Führungsebene 4 für Daimler AG (2015); C) Für Daimler Konzern 35 Prozent bei CAReer-Einstellungen (bis 2011) und D) Für Daimler AG auf 12,5 bis 15 Prozent in der Belegschaft, 22 bis 26 Prozent bei den Auszubildenden und 13 bis 16 Prozent speziell in der gewerblich-technischen Ausbildung (bis 2015).	A)2020 B) 2015 C) 2011 D) 2015	A) Weltweit 9,0 Prozent Frauen in leitenden Führungspositionen im Daimler Konzern. // Seit 2007 nahmen rund 900 Mentees und Mentoren am konzernweiten TANDEM-Monitoring-Programm teil. // B) 12,4 Prozent Frauen im mittleren Management (Ebene 4) der Daimler AG. // C) Bei den CAReer-Einstellungen erreichte der Anteil der Frauen 35 Prozent.// D) Der Frauenanteil in der Belegschaft der Daimler AG hat sich 2010 auf 13,5 Prozent erhöht. // 20,6 Prozent aller Auszubildenden und 11,3 Prozent der gewerblich-technischen Auszubildenden der Daimler AG waren 2010 weiblich.	Explizite Ansprache von Mädchen bei Marketing- und Informationsveranstaltungen durch Marketingmaterial. // Recruiting-Events für Hoschulabsolventinnen. // Maßnahmen zur Gewinnung von Frauen für die Berufsausbildung. // Girls´ Day und Girls´ Week . // Interne und externe Kommunikation dieser Maßnahmen. // Mentoring-Programme. // Neuabschluss der Betriebsvereinbarung mit teilweise erhöhten Zielkorridoren: 12,5 bis 15 Prozent Frauenanteil in der Belegschaft (Zielkorridor 2010: 12,5 bis 15 Prozent); Frauenanteil bei den Auszubildenden: 22 bis 26 Prozent (Zielkorridor bis 2010: 20 bis 24 Prozent); Frauenanteil bei der gewerblich-technischen Berufsausbildung: 13 bis 16 Prozent (Zielkorridor bis 2010: 11 bis 14 Prozent); Frauenanteil auf der Führungsebene 4: 14 bis 18 Prozent (Zielkorridor bis 2010: 10 bis 14 Prozent).
Internationalisierung des Managements. Mindestens Erhalt des Anteils nichtdeutscher leitender Führungskräfte und Förderung der internationalen Orientierung aller Führungskräfte.	2015	Anteil nichtdeutscher leitender Führungskräfte: 30 Prozent (2009: 29 Prozent). // Gezielte internationale Einstellungen über CAReer.	Gezielte Rekrutierung internationaler Nachwuchskräfte über CAReer. // Förderung von Auslandseinsätzen. // Förderung von Austauschprogrammen. // Sensibilisierung und Qualifizierung von Mitarbeitern und Führungskräften.
Generationenmangement. Weitere Berücksichtigung des Themas Demografie in Unternehmenskultur und Führungsprozess	2012	Weiterer Rollout des HR Resource Managements am Standort Berlin und Pilotierung im Verwaltungsbereich im Werk Wörth. // Integration des Generationenmanagements in Diversitiy-Workshops.	Durchführung eines zentralen Workshops von HR, Gesamtbetriebsrat und Planungsbereichen in 2011 zur Identifikation von Handlungsfeldern im Generationenmanagment in der DaimlerAG. // Fortführung Rollout HR Resource Management an deutschen Standorten.
4. Mitarbeiterentwicklung und Förderung			
Qualifizierte Nachwuchs-sicherung. Sicherstellen der Gewinnung, Förderung und Qualifizierung akademischer Führungskräfte.	2011	Über das Traineeprogramm CAReer wurden 2010 rund 500 Hochschulabsolventen und Berufseinsteiger mit erster Praxiserfahrung eingestellt. // An der Dualen Hochschule Baden-Württemberg wurde 2010 der neue Studiengang Wirtschaftsinformatik konzeptionell eingeführt. Im Oktober 2011 soll das Studium in Zusammenarbeit mit Daimler beginnen.. // Mit dem Ausbau des Academic-Program zur (Weiter-) Qualifizierung von Mitarbeitern in strategischen Feldern "Green IT" wurde begonnen.	Sicherung der Nachwuchsgewinnung und –förderung über CAReer. // Sicherstellung über Nachwuchsgewinnung und- förderung über die Duale Hochschule: Neuer Studiengang Wirtschaftsinformatik sowie laufende Studiengänge in den Kernfunktionen Technik und Wirtschaft. // Ausbau des Daimler Academic Program zur akademischen (Weiter-) Qualifizierung im Blick auf Kompetenzprofile in strategischen und fachlichen Schwerpunkt-feldern.
Green-HR-Strategie. Strategische Initiative zur Antizipation von und dem	2012	Start der Studie ELAB. // Technologiebaustein für Auszubildende im Rahmen eines Echt-Einsatzes seit	ELAB: Studie von Unternehmensleitung und Gesamtbetriebsrat zur Wirkung der Elektrifizierung des Antriebsstrangs auf

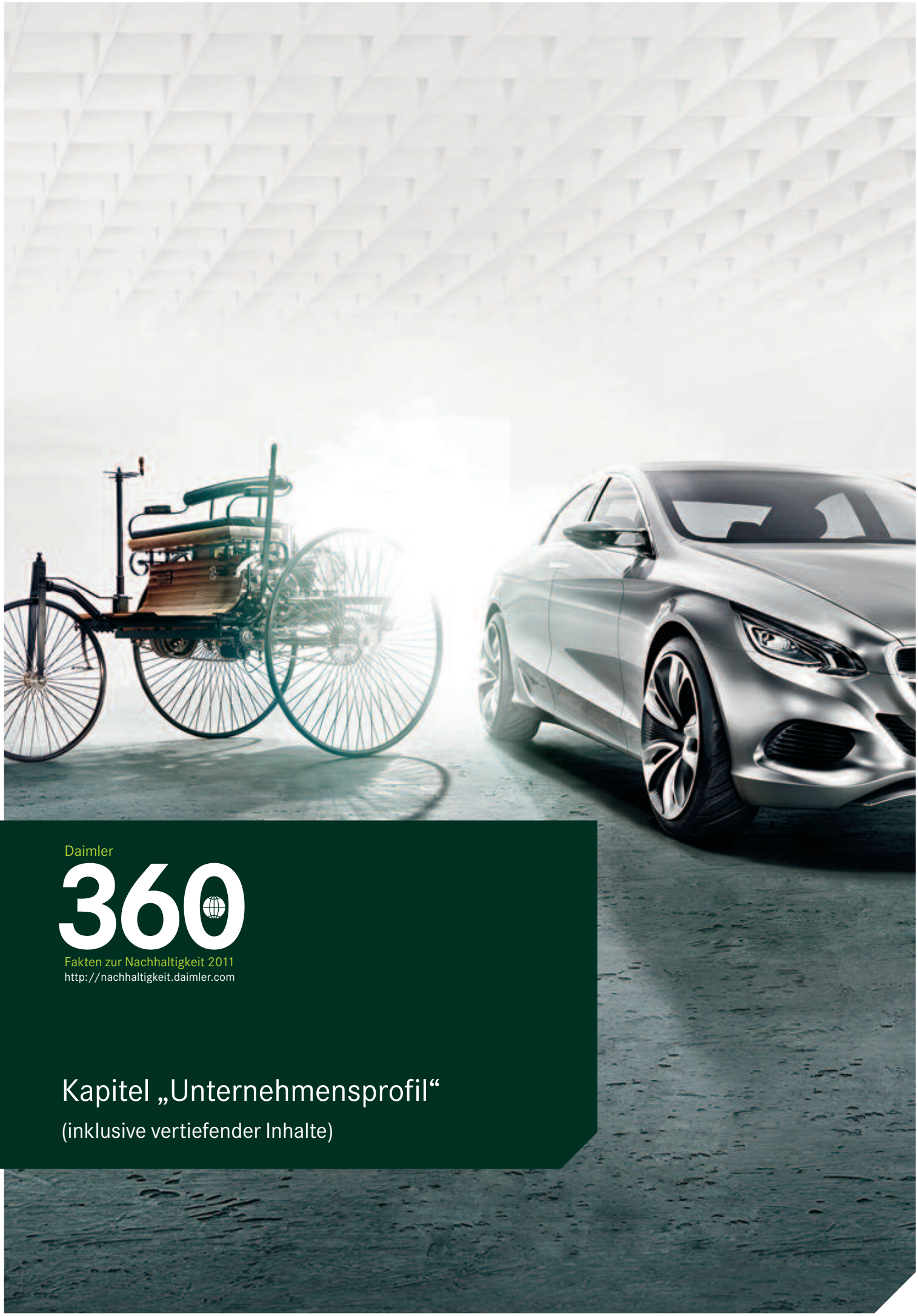
ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
Umgang mit Herausforderungen für Human Resources durch den Wandel in den Antriebstechnologien.		Herbst 2010. // Technologiebaustein für Auszubildende im Rahmen eines Echt-Einsatzes seit Herbst 2010. // Qualifizierung von rund 18.000 Fachexperten entlang der Wert-schöpfungskette und Trainees.// "Green" Daimler Career Days.	Beschäftigung und Standort-Umgebung. // Mit der Bearbeitung wurden drei Forschungsinstitute – das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtscvhaft und Organisation (IAO), das IMU Institut und das Institut für Fahrzeugkonzepte des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) – beauftragt. Getragen und finanziert wird das Projekt von der Daimler AG, der IG Metall Baden-Württemberg und der Hans-Böckler-Stiftung.
Bedarfsgerechte Ausbildung. Neugewichtung, Optimierung, und Ausbau der Ausbildungsangebote.	2015	Ausbildungsquote von 4,7 Prozent der aktiven Belegschaft erreicht. In den PKW-Werken lag der Anteil der Ausbildungsplätze in elektro- und elektromechanischen Berufen 2010 bereits bei 50 Prozent.	Daimler AG, Deutschland: Erhöhung des Anteils höherwertiger sowie elektrotechnisch orientierter Ausbildungsberufe. // Die Ausbildungsquote soll in den folgenden Jahren auf dem Niveau 2010 gehalten werden, dabei werden Einflußfaktoren wie die demografischen Entwicklung und der Automatisierungsgrad in der Produktion berücksichtigt. // Weiter-entwicklung des Produktions-Lern-Systems (PLS) im Truckbereich.
5. Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutz			
Ergonomieaktivitäten. Verankerung der Ergonomieaktivitäten in Planungs- und Produktionsprozessen.	2015	Systematische Ergonomiebetrachtungen bei den anstehenden Neutypenplanungen in den Fahrzeugbereichen von Mercedes-Benz Cars und Daimler Trucks; z.B. Planung neue Kompaktklasse und Planung neue Truck-Generation. Schulung von Ergonomiebeauftragten in den Geschäftsbereichen Mercedes-Benz Cars und Daimler Trucks zur Anwendung der Ergonomie-Analyse-Tools.	Durchführung von systematischen Ergonomie-Analysen und bei Bedarf frühzeitig Einleitung von Gestaltungsmaßnahmen zur Vermeidung gesundheitlicher Risiken. // Sicherstellung durchgängiger Ergonomieprozesse: In den Aggregatbereichen (Achsen, Getriebe, Motoren) von MBC und Truck. // In den Bereichen Van und Buses. // Bei der Serienproduktion in allen Geschäftsbereichen.
6. Beschäftigung			
Erhöhung der Personal-flexibilität durch temporäres Personal in der Daimler AG.	2012	Durch die Möglichkeit, flexibles Personal einzusetzen, konnten wir – flankiert durch die Zeitflexibilisierung – unsere Stamm-Beschäftigung sichern.	Vereinbarung zur Beschäftigung von temporärem Personal im Umfang von bis zu 8 Prozent durch Gesamtbetriebsvereinbarung vom 06.05.2010.

06 Gesellschaftliches Umfeld

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
1. Menschenrechte			
Risikomanagement. Weltweiter Ausbau des Risikomanagements an den 18 Daimler Produktions-standorten gemäß UN-Anforderungen, um mögliche Menschenrechtsrisiken frühzeitig zu erkennen.	2013	Neues Ziel	Systematische Evaluation zum Menschenrechts-Impact an Daimler-Standorten weiterentwickeln, um potenzielle Risiken zu identifizieren und diese in den jeweiligen Fachbereichen (Einkauf, Vertrieb etc.) zu adressieren. Finalisierung des Prozesses in 6 Ländern pro Jahr.

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
2. Gesellschaftliches Engagement			
Verkehrserziehung. Ausbau der Verkehrserziehungsmaßnahmen für Grundschüler in Deutschland.	2012	Ausbau des fast 10 jährigen Engagements für Verkehrssicherheit von Kindern. durch Aufbau eine MobileKids -Online-Präsenz mit Magazinteil für Erwachsene.// Installation der „MobileKids-Safety-Map“ , einer Google-Maps basierten Onlineanwendung, in die kritische und sichere Verkehrspunkte eingetragen werden können. // Pilotprojekt (Baden Württemberg) für die MobileKids-Schultage in 200 Schulen mit 5.000 Schülern.	Nach erfolgreichem Pilotprojekt in Baden-Württemberg mit rund 2.900 einbezogenen Grundschulen sollen bis 2012 ca. 16.000 Grundschulen in Deutschland in das MobileKids Schultageangebot integriert werden.
Kunst und Kultur. Ausbau des regionalen, standortbezogenen Kunstengagements im Rahmen guter Nachbarschaft	2012	Initiative „Freier Eintritt“, Abendakademien und Führungen (ca. 1000 Mitarbeiter) mit der Staatsgalerie Stuttgart und der Stiftung Domnick. // Ausstellungen der Daimlerkunstsammlung "ARS", Museum Albertina Wien, Ampersand Museum. // Kooperation mit der Fondation Beyeler in Basel.	Im Fokus des regionalen Kunst- und Kulturengagements in 2011 stehen Deutschland, China (u.a. Kooperation mit dem China National Centre of Performing Arts in Peking) und die USA (u.a. Kooperation mit dem US-Maler und Filmregisseur Julian Schnabel). Im Rahmen einer Welttournee der Daimler-Kunstsammlung werden 10 Ausstellungen in Stuttgart, Berlin, Abu Dhabi, Indien und China konzipiert und umgesetzt mit angestrebten 300.000 Besuchern.
Bildungsengagement. Ausbau und Bündelung von Bildungsaktivitäten für Kinder und Jugendliche in Deutschland durch die Initiative Genius.	2012	Genius hat sich als Markendach für die unternehmensweiten Bildungsaktivitäten für Kinder und Jugendliche bei Daimler in 2010 etabliert. // Kooperation mit dem Kultusministerium Baden-Württemberg und Klett MINT ist etabliert.// NWT-Unterrichtsbausteine sind erarbeitet und auf dem Landesbildungsserver veröffentlicht Website ist online (www.genius-community.com). // Genius-Campus im Mercedes-Benz Museum ist eröffnet. // Genius- Kick-off und Pressekonferenz ist erfolgt. // 1. Genius-Lehrerkongress (Teilnehmer: ca. 300 NWT-Lehrer) hat stattgefunden.	Weiterer Ausbau von Genius u.a. In 2011 soll Genius bundesweit über die Standorte und den Vertrieb ausgerollt werden.// Die Verankerung von Genius bei Bildungspartnern (Kultusministerium, Lehrer, Schüler, Kongresse, didacta) wird in 2011 kontinuierlich weiterentwickelt. // Erweiterung der Zielgruppen und Ausbau des Engagements (weitere Schularten und Altersklassen). //Die Website „genius-community.com“ wird in 2011 kontinuierlich erweitert und als „community“-Plattform für Kinder und Jugendliche positioniert..

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
Corporate-Volunteering-Ansatz. Implementierung eines betrieblich unterstützten Freiwilligenprogramms innerhalb der Daimler AG.	2013	Im Blick auf die geplante Einführung eines betrieblich geförderten Freiwilligen-programms der Daimler AG für gemeinnützige Zwecke haben wir im Rahmen des Sustainability Dialogue 2010 mögliche Handlungsfelder und gesellschaftliche Bedürfnisse für das freiwillige Mitarbeiter-engagement diskutiert. // 2010 haben wir die 2008 begonnene Neugestaltung unseres Corporate Volunteering-Ansatzes fortgesetzt und weltweit an weiteren Standorten Aktivitäten ausgewertet und Handlungsfelder bestimmt.	Einführung eines betrieblich geförderten konzernweiten Freiwilligenprogramms für soziale Zwecke, das zentrale Leitlinien unseres Corporate-Volunteering-Ansatzes berücksichtigt.// Weitere Auswertung weltweiter Corporate-Volunteering-Aktivitäten und Ableitung von Handlungsbedarf im Blick auf die Erneuerung des Daimler Corporate Volunteering-Ansatzes.
Corporate-Volunteering - Initiativen. Ausbau von bestehenden Corporate Volunteering-Projekten und Implementierung eines betrieblich unterstützten Freiwilligen-programms innerhalb der Daimler AG.	2012	"Day of Caring"- Projekte in 13 Ländern - davon 2010 erstmals in Kroatien, Spanien, Tschechien/ Slowakei, Frankreich, Argentinien und China . Insgesamt waren 2.000 Volunteers beteiligt - davon 800 Volunteers in den 7 neuen Ländern. // Erstmals „Day of Caring"- Partnerschaft mit SOS Kinderdörfern in Spanien, Kroatien und Tschechien/ Slowakei. Mitarbeiterprojekt „Schenk ein Lächeln" – Verteilung von 1.000 Weihnachtspaketen an Kinder aus sozial benachteiligten Familien über die Tafel e.V. in Stuttgart und Berlin. // Konzeption des Mitarbeiterprojektes „Wir bewegen was – 125 Mitarbeiterprojekte der Nachhaltigkeit" mit Blick auf das Jubiläum „125 Jahre Automobil" im Jahr 2011.	Weiterer Ausbau der europäischen "Day of Caring"-Initiativen insbesondere e Russland und Portugal. // Konzeption und Umsetzung von Skilled-Based Volunteerings im Bereich "Financial Literacy" in Deutschland. // Ausweitung des Projekts "Schenk ein Lächeln" von ca. 2.500 einbezogenen MitarbeiterInnen in 2010 auf rund 25.000 MitarbeiterInnen in Deutschland. // Im Jahr des 125jährigen Jubiläums des Automobils werden 125 soziale und/oder ökologische Projekte gemeinnütziger Einrichtungen, an denen Daimler-Mitarbeiter in Deutschland ehrenamtlich in ihrer Freizeit mitwirken, mit bis zu max. € 5.000 unterstützt. Insgesamt werden max. € 625.000 zur Verfügung gestellt. Bewerbungsberechtigt sind rund 160.000 MitarbeiterInnen der Daimler AG in Deutschland.
Internationales-Empowerment-Engagement. Ausbau der bestehenden Empowerment-Initiativen von Daimler Financial Services in Äthiopien und Südafrika.	2012	Äthiopien: Seit Januar 2009 unterstützt die Mercedes- Benz Bank den Aufbau des Mikro-kreditprogramms in der Region Midda. Bisher haben rund 1.200 Frauen das Grundlagen-training besucht und es sind erste Erfolge zu verbuchen. // Südafrika: In Zusammenarbeit mit CARE wurde ein umfassendes Schulungs-programm mit dem Schwerpunkt „Existenzsicherung" entwickelt und umgesetzt. Darüber hinaus wurden Gesundheitsschulungen vor allem zum Leben mit AIDS und mit Folgekrankheiten wie Tuberkulose durchgeführt. Ergänzt wurden diese durch Buchhaltungsschulungen als Basis für das begleitende Mikrokredit-programm.	Äthiopien: Nach gemeinsamer Realisierung verschiedener Bildungs-einrichtungen nun Umsetzung eines Mikrokredit-Projektes für Frauen (Ziel: 2.500) mit der Partnerorganisation „Menschen für Menschen". // Südafrika: Fortsetzung der erfolgreichen Partnerschaft mit CARE sowie des Projekts „Youth Entrepreneurs Program" zur Förderung angehender Unternehmer (Ziel 1.000).



Daimler

360

Fakten zur Nachhaltigkeit 2011

http://nachhaltigkeit.daimler.com

Kapitel „Unternehmensprofil“

(inklusive vertiefender Inhalte)

EDITORIAL

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

kein Autobauer kann auf eine längere Tradition zurückblicken als Daimler. Dieser Erfolg hängt auch damit zusammen, dass wir noch nie kurzfristig orientiert waren, sondern stets das Gesamtbild im Blick hatten. Daimler war und ist **ein langfristig ausgerichtetes Unternehmen** – und wir wollen es bleiben.

2010 haben wir deshalb den Begriff der Nachhaltigkeit auch „offiziell" in unser strategisches Zielsystem aufgenommen. Damit unterstreichen wir noch einmal klipp und klar: **Ökonomische, ökologische und soziale Verantwortung** gehören zusammen. Nachhaltigkeit ist der rote Faden unseres unternehmerischen Handelns. Entsprechend systematisch packen wir die damit verbundenen Fragen an.

Ein wichtiger Schritt in diese Richtung ist unser „Nachhaltigkeitsprogramm 2010-2020", das wir Ihnen in diesem Bericht erstmals vorstellen. Basierend auf dem Dialog mit unseren Stakeholdern haben wir darin **wesentliche Handlungsfelder** für die kommenden Jahre festgelegt. So wollen wir Schadstoffe und Emissionen konsequent weiter verringern und die Sicherheit unserer Fahrzeuge nochmals erhöhen, aber auch den Dialog mit unseren Lieferanten und Händlern ausbauen und unser gesellschaftliches Engagement weiter stärken.

Auch bei der Frage, wie wir unser Unternehmen führen, steht das Motiv der Nachhaltigkeit im Mittelpunkt: Wir streben eine Kultur an, die höchsten ethischen Standards genügt. Es gilt der Grundsatz **„saubere Produkte – saubere Geschäfte".** Das unterstreicht auch die Einrichtung unseres neuen Vorstandsressorts „Recht und Integrität".

Bei allen diesen und noch vielen weiteren Themen haben wir uns konkrete Ziele gesetzt und sie mit Maßnahmen hinterlegt. Messen Sie uns daran in den nächsten Jahren. Wir begreifen das Management von Nachhaltigkeit als kontinuierlichen Prozess und sind **offen für neue Impulse** unserer Stakeholder.

Eine **wichtige Richtschnur** bleibt für uns der „Global Compact“ der Vereinten Nationen, dem Daimler als Gründungsmitglied besonders verbunden ist und in dem wir seit Ende 2010 auch als Mitglied der LEAD-Gruppe aktiv sind – mit dem Versprechen, den Leitgedanken der Nachhaltigkeit konsequent umzusetzen.

Ausführliche Informationen zu unserem „Nachhaltigkeitsprogramm 2010-2020“ sowie weitere Beispiele und Fakten zum Thema Nachhaltigkeit bei Daimler finden Sie auf den folgenden Seiten.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und freuen uns auf einen weiterhin konstruktiven Dialog.

Ihre

Dr. Dieter Zetsche
Vorsitzender des Vorstands der
Daimler AG, Leiter Mercedes-Benz Cars

Dr. Thomas Weber
Vorstandsmitglied der Daimler AG,
Konzernforschung & Mercedes-Benz Cars
Entwicklung, Vorsitzender des Daimler
Sustainability Board

DER DAIMLER-KONZERN

Die Daimler AG ist das Mutterunternehmen des Daimler- Konzerns und hat ihren Sitz in Stuttgart. Die Geschäftstätigkeit umfasst im Wesentlichen die Entwicklung, die Produktion und den Vertrieb von Pkw, Lkw und Transportern in Deutschland sowie die Steuerung des Daimler- Konzerns. Zusätzlich zur Daimler AG beinhaltet der Daimler-Konzern weltweit alle Tochtergesellschaften, auf welche die Daimler AG direkt oder indirekt beherrschenden Einfluss ausüben kann. In diesen Konzerngesellschaften betreiben wir zum Beispiel auch das Omnibus- und das Finanzdienstleistungsgeschäft.

Daimler blickt auf eine nunmehr 125-jährige Tradition zurück, die bis zu Gottlieb Daimler und Carl Benz, den Erfindern des Automobils, reicht und von Pionierleistungen im Automobilbau geprägt ist. Heute ist das Unternehmen ein weltweit führender Automobilhersteller mit einem in der Branche einzigartigen Produktangebot an hochwertigen Pkw, Lkw, Transportern und Omnibussen. Maßgeschneiderte Serviceleistungen rund um diese Produkte ergänzen das Angebot. Mit seinen starken Marken ist Daimler in nahezu allen Ländern der Erde vertreten. Das Unternehmen verfügt über Fertigungskapazitäten in insgesamt 18 Ländern und weltweit rund 8.000 Vertriebsstandorte. Die globale Vernetzung der Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten sowie der Produktions- und Vertriebsstandorte eröffnet Daimler beachtliche Potenziale zur Effizienzsteigerung und damit Vorteile im internationalen Wettbewerb. Zum Beispiel können wir unsere „grünen“ Antriebstechnologien in einem umfangreichen Fahrzeugportfolio einsetzen und gleichzeitig die Erfahrungen sowie das Know-how aus allen Teilen des Konzerns nutzen.

Im Jahr 2010 erzielte Daimler einen Umsatz von 97,8 Mrd. Euro. Die einzelnen Geschäftsfelder haben hierzu wie folgt beigetragen: Mercedes-Benz Cars 53 Prozent, Daimler Trucks 22 Prozent, Mercedes-Benz Vans 8 Prozent, Daimler Buses 5 Prozent und Daimler Financial Services 12 Prozent.

Mehr als 260.000 Mitarbeiter waren zum Jahresende 2010 weltweit für Daimler tätig.

Der Daimler-Konzern (Stand: 31.12.2010)	
Marken	Mercedes-Benz, smart, Mercedes-AMG, Maybach, Freightliner, Mitsubishi Fuso, Western Star, Thomas Built Buses, Orion, Setra, Detroit Diesel, Mercedes-Benz Bank, Mercedes-Benz Financial, Daimler Trucks Financial
Rechtsform	Aktiengesellschaft (AG) nach deutschem Recht
Vorstand	Dr. Dieter Zetsche (Vorsitzender des Vorstands und Leiter Mercedes-Benz Cars), Dr. Wolfgang Bernhard (Produktion und Einkauf Mercedes-Benz Cars & Mercedes-Benz Vans), Wilfried Porth (Personal und Arbeitsdirektor), Andreas Renschler (Daimler Trucks), Bodo Uebber (Finanzen & Controlling/Daimler Financial Services), Dr. Thomas Weber (Konzernforschung & Mercedes-Benz Cars Entwicklung, Vorsitzender des Daimler Sustainability Board)
Aufsichtsrat	Besteht aus zehn Aktionärsvertretern und zehn Arbeitnehmervertretern unter dem Vorsitz von Dr. Manfred Bischoff. Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand bei der Geschäftsführung.
Zentrale	Stuttgart/Deutschland
Beschäftigte	260.100
Auszubildende	8.841
Marktkapitalisierung	54,0 Mrd. Euro
Bilanzsumme	135,8 Mrd. Euro

125! JAHRE ERFINDER DES AUTOMOBILS – DIE DREIFACHE NEUERFINDUNG

125 Jahre nachhaltiges Wirtschaften. Am 29. Januar 1886 veränderte Carl Benz die Welt. Beim Reichspatentamt in Berlin meldete er sein „Fahrzeug mit Gasmotorenbetrieb“ unter der Nummer 37435 zum Patent an. Das war die Geburtsstunde des Automobils, und bis dahin reichen die Wurzeln der heutigen Daimler AG zurück. Die Gründerväter unseres Unternehmens setzten mit ihren Erfindungen eine Entwicklung in Gang, deren Dynamik bis heute ungebrochen ist. Sie bereiteten den Weg in die automobile Gesellschaft, die zahlreiche neue Chancen eröffnet hat, aber auch eigene Herausforderungen mit sich brachte. Mit richtungweisenden Paradigmenwechseln und Innovationen hat unser Unternehmen Antworten auf diese Herausforderungen gefunden und damit die Automobilität mehrfach neu erfunden.

Herausforderung Verkehrssicherheit: die erste Neuerfindung des Automobils. Mit der Ausweitung der industriellen Fahrzeugproduktion Anfang des 20. Jahrhunderts nahm die Verkehrsdichte auf den Straßen zu und damit wuchsen auch die Gefahren – zumal die Autos mit ihrer Weiterentwicklung auch schneller fuhren. Wir haben mit wegweisenden Innovationen neue Dimensionen der Fahrzeugsicherheit eröffnet: vom Konzept der definierten Knautschzonen (bereits1952) bis hin zu der Integration intelligenter aktiver und passiver Sicherheitssysteme.

Herausforderung Umweltschutz: die zweite Neuerfindung des Automobils. Spätestens mit der Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro sind die zentralen Umweltaufgaben abgesteckt: Für uns als Automobilhersteller heißen sie beispielsweise Emissionsvermeidung, Energieeffizienz und die Nutzung umweltfreundlicher Antriebe und Kraftstoffe. Wir haben auch hier wesentliche Pionierleistungen erbracht – vom ersten Diesel-Pkw (bereits 1936) bis hin zu der Entwicklung einer breiten Palette innovativer Antriebskonzepte, die den Weg für das langfristige Ziel des emissionsfreien Fahren bereiten.

Herausforderung vernetzte mobile Lebensqualität: die dritte Neuerfindung des Automobils. Das private Automobil ist im 20. Jahrhundert zur Grundlage individueller Lebensqualität geworden. Heute geht es darum, mobile Lebensqualität in einer Gesellschaft mit vielen unterschiedlichen und sich verändernden Lebensstilen neu zu definieren. Auf dem Weg zu einem flexiblen und vernetzen Fahren übernimmt Daimler ebenfalls eine Vorreiterrolle: mit einem einmaligen Produktmix an Fahrzeugen sowie Infrastrukturund Mobilitätsinitiativen wie „car2go“, die es erlauben, nach Bedarf auf passende Fahrzeuge zuzugreifen, ohne sie zu besitzen.

Wir feiern und bewegen was! Mit vielfältigen Aktivitäten – wie einer großen Kunstausstellung, einem Fußballländerspiel und dem weltgrößten Mercedes-Benz Treffen – begehen wir 2011 den 125. Geburtstag des Automobils. Als Dank an unsere rund 270.000 Mitarbeiter finden an nahezu allen Daimler-Standorten weltweit Mitarbeiter- und Familienfeste statt. Mit der Initiative „Wir bewegen was! – 125 Mitarbeiter-Projekte der Nachhaltigkeit“ unterstützen wir zudem das gesellschaftliche Engagement unserer Beschäftigten und fördern 125 ausgewählte Projekte mit Spenden von insgesamt bis zu 625.000 Euro.

UNTERNEHMENSWERTE UND STRATEGIE

Vor 125 Jahren haben wir mit der Erfindung des Automobils die Mobilität grundlegend verändert. Auch für die Zukunft bleibt es unser Anspruch, richtungweisend bei der Weiterentwicklung der Mobilität zu sein. Als Pioniere des Automobilbaus wollen wir die Mobilität der Zukunft sicher und nachhaltig gestalten. Im Fokus unseres Handelns stehen die Bedürfnisse unserer Kunden. Wir wollen sie begeistern mit

- faszinierenden Premiumautomobilen, die bei Design, Sicherheit, Komfort, Wertanmutung, Zuverlässigkeit und Umweltfreundlichkeit Maßstäbe setzen,
- Nutzfahrzeugen, die die Besten in ihrem jeweiligen Wettbewerbsumfeld sind,
- herausragenden Serviceleistungen rund um diese Produkte sowie
- neuen Mobilitätslösungen, orientiert an den Bedürfnissen unserer Kunden.

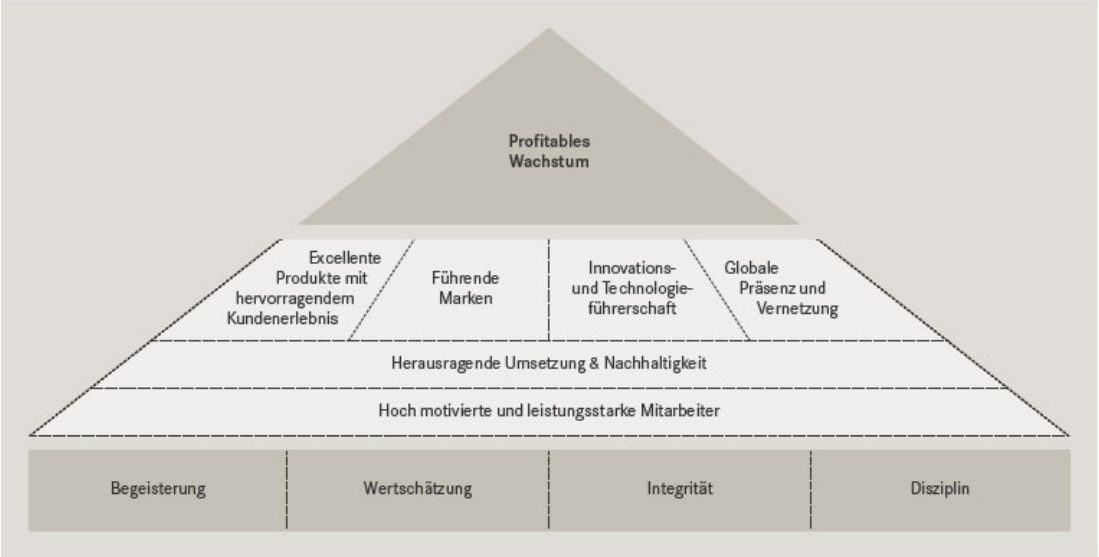
Das ist unser Anspruch, und dafür stehen wir als Daimler. Diesen Anspruch haben wir im Daimler-Zielsystem formuliert, das die Ziele für Daimler insgesamt und für jedes unserer Geschäfte beinhaltet.

DAS DAIMLER-ZIELSYSTEM

Unser oberstes Unternehmensziel ist es, nachhaltig profitabel zu wachsen und damit den Wert des Unternehmens zu steigern. Wir wollen zu den führenden Automobilunternehmen der Welt gehören. Das Daimler-Zielsystem beinhaltet sechs strategische Dimensionen.

1. Exzellente Produkte mit hervorragendem Kundenerlebnis
2. Führende Marken
3. Innovations- und Technologieführerschaft
4. Globale Präsenz und Vernetzung
5. Herausragende Umsetzung und Nachhaltigkeit
6. Hoch motivierte und leistungsstarke Mitarbeiter

06 **Daimler-Zielsystem**



Mit unseren Marken, Produkten und Dienstleistungen wollen wir unsere Kunden begeistern. Und in den jeweiligen Marktsegmenten streben wir die Spitzenposition an. Mit wegweisenden Technologien wollen wir Vorreiter bei umweltverträglichen Antriebstechnologien und bei der Sicherheit sein. Globale Präsenz bedeutet für uns, dass wir unsere Position in traditionellen Märkten sichern und gleichzeitig in den neuen Märkten ausbauen wollen. Herausragende Umsetzung und Effizienz sowie motivierte und leistungsstarke Mitarbeiter sind der Schlüssel für den künftigen Unternehmenserfolg.

Langfristig können wir diesen Erfolg jedoch nur sichern, wenn wir unser unternehmerisches Handeln am Prinzip der Nachhaltigkeit ausrichten. Es bestimmt unser unternehmerisches Handeln in allen entscheidenden Bereichen: Ökonomie und Corporate Governance, Umweltschutz und Sicherheit sowie in unseren Beziehungen zu Mitarbeitern, Kunden und der Gesellschaft insgesamt. Da wir die Nachhaltigkeit nicht nur in der Umsetzung, sondern auch formal stärker verankern wollen, hat der Vorstand beschlossen, Nachhaltigkeit als zusätzliches Ziel ins Daimler-Zielsystem aufzunehmen. Unsere Mitarbeiter orientieren sich in ihrer Handlungsweise an den Unternehmenswerten Begeisterung, Wertschätzung, Integrität und Disziplin und wollen in ethischem und gesetzeskonformem Verhalten vorbildlich sein.

Exzellente Produkte mit hervorragendem Kundenerlebnis bilden die Grundlage unseres Erfolgs. Durch die stetige Suche nach der besten Lösung und um dem Lebenszyklus der Produkte Rechnung zu tragen, führen wir in den Jahren 2010 und 2011 allein bei Mercedes- Benz Cars 16 neue Modelle ein. In allen Geschäftsfeldern erweitern wir unser Produktportfolio, um die stärkere Differenzierung innerhalb der Kundensegmente und regional unterschiedliche Bedürfnisse zu adressieren. Beispiele hierfür sind der CLS Shooting Brake oder die

Langversion der E-Klasse für China. Bei Daimler Trucks haben wir unser Produktprogramm mit fünf neuen Modellen im Jahr 2010 umfangreich erneuert. Nummer 1 in der Kundenzufriedenheit bleibt eines unserer Hauptziele. Die Aktivitäten zur Verbesserung der Produkt- und Servicequalität stehen dabei genauso im Vordergrund wie das kundengerechte Angebot an Serviceleistungen.

Führende Marken tragen langfristig zum Erfolg des Unternehmens bei. Führende Marken geben auch dem Kunden Orientierung, schaffen Vertrauen und wecken Emotionen. Die Marke Mercedes-Benz ist eine der erfolgreichsten und bekanntesten Marken der Welt. Diese Position wollen wir auch in Zukunft erhalten und ausbauen. Die Markenstrategien unserer Geschäftsfelder, zum Beispiel „Das Beste oder nichts“ bei Mercedes-Benz Cars tragen dazu bei, die Markenprofile gegenüber dem Wettbewerb weiter zu schärfen und unsere Unternehmensaktivitäten daran auszurichten.

Innovations- und Technologieführerschaft. Innovationsführer wollen wir bei „grünen“ Technologien und bei der Sicherheit sein: Mit „Green Technology Leadership“ bei Mercedes-Benz Cars und „Shaping Future Transportation“ bei Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans und Daimler Buses werden wir unseren Anspruch heute und in Zukunft verwirklichen. Unterschiedliche Mobilitätsanforderungen erfordern verschiedene Antriebslösungen. Unser Lösungsportfolio reicht dabei von der Optimierung von Verbrennungsmotoren über die Hybridisierung bis hin zum lokal emissionsfreien Fahren. Auch bei der aktiven und passiven Sicherheit wollen wir bei Pkw und Nutzfahrzeugen unsere Vorreiterrolle weiter ausbauen.

Mit neuen Geschäftsideen wie car2go und Bus Rapid Transit (BRT) verfolgen wir innovative Mobilitätskonzepte und Geschäftsmodelle, um neuen Kundenbedürfnissen Rechnung zu tragen und zusätzliche Wachstumspotenziale zu erschließen.

Globale Präsenz und Vernetzung. Es ist unser Ziel, als Unternehmen weiter profitabel zu wachsen und dabei zu den Besten in der Branche zu gehören: im Kerngeschäft, in traditionellen und in neuen Märkten. Insbesondere in den stark wachsenden Märkten China, Indien, Russland und Brasilien verstärken wir unsere Aktivitäten vor Ort durch den Auf- und Ausbau lokaler Produktions- und Vertriebsstandorte, teilweise mit lokalen Partnern.

Herausragende Umsetzung und Nachhaltigkeit. Herausragende Umsetzung erreichen wir durch Effizienzziele und entsprechende Programme in den Bereichen Produktion, Entwicklung, Vertrieb und Verwaltung. Die Basis dafür ist eine Kultur der Spitzenleistung. Durch Standardisierung und Modularisierung in den Geschäften können wir die Effizienz bei neuen Produkten, neuen Technologien und neuen Prozessen deutlich steigern. Unterstützt durch Kooperationen, zum Beispiel mit Renault-Nissan, verbessern wir unsere Kostenposition. Darüber hinaus erweitern wir dadurch unser Produktportfolio im Kleinwagensegment und bei kleinen Transportern. Durch die Flexibilisierung, zum Beispiel in der Produktion bei Daimler Trucks, sind wir in der Lage, die Zyklen des Marktes besser abzufedern. Programme wie das Truck Operating System (TOS) bei Daimler Trucks schaffen eine Kultur des Lernens und der kontinuierlichen Verbesserung. Durch diesen ganzheitlichen Managementansatz steigern alle direkten und indirekten Bereiche der weltweiten Standorte von Daimler Trucks sukzessive ihre Effizienz.

Auch beim Thema Nachhaltigkeit haben wir einen klaren Führungsanspruch. Dabei legen wir ein besonderes Augenmerk auf den Umweltschutz bei Produktion und Produkten, die langfristige Sicherung von Arbeitsplätzen, verantwortlich handelnde Zulieferer, auf ein intaktes Verhältnis zur Gesellschaft sowie eine transparente Kommunikation. Ein wichtiges Ziel ist in diesem Zusammenhang auch die weitere Reduzierung des CO_2-Ausstoßes unserer Pkw und Nutzfahrzeuge. So wollen wir die durchschnittlichen CO_2-Emissionen unserer Pkw-Neuwagenflotte in der Europäischen Union von 158 g/km im Jahr 2010 bis zum Jahr 2012 auf unter 140 g/km reduzieren. Einen wichtigen Beitrag hierzu werden die BlueDIRECT V6- und V8-Motoren mit Benzin-Direkteinspritzung der dritten Generation leisten, die wir zum Jahresende 2010 eingeführt haben. Bei den Lkw verfolgen wir im Rahmen einer von verschiedenen Truck-Herstellern unterzeichneten Selbstverpflichtung das Ziel, die CO_2-Emissionen der von uns in Europa verkauften schweren Lkw (über 12 Tonnen) gegenüber dem Basisjahr 2005 bis zum Jahr 2020 um durchschnittlich 20 Prozent pro Tonnenkilometer zu senken.

Hoch motivierte und leistungsstarke Mitarbeiter. Unser Ziel sind Mitarbeiter, die ihr Handeln an den Unternehmenswerten ausrichten und sich an höchsten ethischen Standards orientieren. Das neue Vorstandsressort „Integrität und Recht“ hat die Aufgabe, für die Einhaltung von Regeln und Vorschriften und höchste ethische Standards zu sorgen. Da wir die Vielfalt innerhalb der Mitarbeiterschaft als Vorteil ansehen, arbeiten wir gezielt daran, zum Beispiel den Frauenanteil bei Führungskräften bis zum Jahr 2020 auf 20 Prozent zu erhöhen und die Internationalität anzuheben. In der Summe werden wir weiter profitabel wachsen, indem wir die aus dem Zielsystem abgeleiteten Strategien konsequent umsetzen.

Dabei steht für alle Geschäfte im Vordergrund,

- das Kerngeschäft zu stärken,
- in neuen Märkten weiter zu wachsen,
- in „grünen“ Technologien führend zu sein und
- die Entwicklung neuer Mobilitätskonzepte und Dienstleistungen maßgebend voranzutreiben.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Um den Erfolg und die Zukunft unseres Unternehmens langfristig zu sichern, unsere Kunden mit nachhaltigen Produkten zu begeistern und die gesellschaftliche Akzeptanz unserer Geschäftstätigkeit zu stärken, haben wir uns dem „Leitbild der Nachhaltigkeit“ verpflichtet. Das Leitbild umfasst die Dimensionen der Nachhaltigkeit „Ökonomie“, „Innovation, Umweltschutz und Sicherheit“ sowie „Mitarbeiter, Kunden und Gesellschaft“. Es wird umgesetzt – unterstützt durch ein systematisches Nachhaltigkeitsmanagementsystem – auf Basis effektiver und aufeinander abgestimmter Strategien und Initiativen.

Ökonomische Nachhaltigkeit. Profitables Wachstum und langfristiger ökonomischer Erfolg sichern unser Engagement für eine nachhaltige Entwicklung.

- Unternehmensstrategie: Wir sind technologischer Schrittmacher der Automobilbranche und wollen mit Spitzenleistungen überzeugen. Unser Ziel und unsere Leidenschaft ist es, die Zukunft einer sicheren und umweltverträglichen Mobilität zu gestalten: verantwortlich handelnd mit attraktiven Fahrzeugen, innovativen Technologien und wegweisenden Mobilitätskonzepten. Auf diese Weise streben wir ein nachhaltiges Wachstum an.
- Unternehmensführung: Unternehmerischer Erfolg ist nur nachhaltig, wenn er rechtmäßig und auf der Grundlage ethischen Verhaltens erzielt wird. Deshalb halten wir uns strikt an gesetzliche und selbst auferlegte Grundsätze und Verhaltensregeln. Mit einer klaren Corporate Governance sowie einer weitgehenden Compliance-Prüfung fordern und fördern wir zudem ein verantwortliches Verhalten aller Mitarbeiter und Führungskräfte. Auch von unseren Zulieferern verlangen wir ein ethisch korrektes Handeln.

Nachhaltigkeit als Bestandteil der Unternehmensstrategie

Ökonomie	Innovation, Umweltschutz und Sicherheit	Mitarbeiter	Kunden	Gesellschaft	Dimensionen nachhaltigen Wirtschaftens
Management von Nachhaltigkeit – Integration in Geschäftstätigkeit: Stakeholder-Dialog; Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette; Transparentes Reporting; Monitoring von Nachhaltigkeitsleistungen					Management von Nachhaltigkeit
Corporate Governance Compliance	Umweltschutz Sicherheit	Beschäftigungssicherung	Verbesserung der Kundenzufriedenheit	Engagement für und in der Gesellschaft	Schwerpunkt-Themen
Standards geschäftlichen Verhaltens Einkaufsrichtlinie	Strategie: „Road to Emission-free Mobility“ Strategie: „Weg zum unfallfreien Fahren“	Demografischer Wandel Vereinbarung: Zukunftssicherung 2012 Strategie: Health & Safety HIV/AIDS Guideline	Strategie: Captive # 1 Initiative: Trucks you can trust Initiative: CSI No. 1 Initiative: Costumer First	Strategie: Dialog mit Stakeholdern Strategie: Spenden-, Sponsoring- und Stiftungsarbeit	Einzelstrategien, Vereinbarungen, Initiativen

Ökologische Nachhaltigkeit. Umweltschutz, Innovation und Sicherheit sind die größten Herausforderungen unseres Nachhaltigkeitsengagements.

- Nachhaltige Mobilität: Innovationen sind der Schlüssel zu Ressourceneffizienz und einer möglichst umweltgerechten Mobilität. Wir haben uns dem Klima- und Umweltschutz ebenso verpflichtet wie der Sicherheit unserer Fahrzeuge und der Vermeidung von Unfällen. Effiziente Antriebstechnologien und innovative Sicherheitssysteme sind die tragenden Säulen von unserem Verständnis einer „nachhaltigen Mobilität". Darauf können unsere Kunden – und alle anderen Verkehrsteilnehmer – vertrauen.
- Produkte: Unsere Pkw und Nutzfahrzeuge zählen im jeweiligen Marktsegment bei Umweltverträglichkeit und Sicherheit zu den Besten. Mit neuen Mobilitätskonzepten denken wir über das Fahrzeug hinaus und erproben umweltverträgliche Ansätze für urbane Mobilität. In unserer Strategie für eine nachhaltige Mobilität – „Weg zur emissionsfreien Mobilität" – wird hierbei unser gesamtes Engagement gebündelt.

  Unsere zahlreichen Sicherheitsinnovationen zeigen, dass wir konsequent an der Verbesserung des Sicherheitsniveaus unserer Fahrzeuge arbeiten und unterstreichen unsere Position als Sicherheitspionier. Unseren Einsatz für mehr Sicherheit im Straßenverkehr verstehen wir als Aufgabe von gesellschaftlicher Bedeutung - im Interesse aller Verkehrsteilnehmer. Wir verfolgen deshalb konsequent unsere Strategie „Weg zum unfallfreien Fahren".
- Produktion: Umweltschutz in der Produktion heißt für uns: Wir gestalten jede Stufe der Herstellung so umweltverträglich wie möglich. Dabei helfen uns hoch entwickelte Produktions- und Verfahrenstechniken. Dadurch reduzieren wir den – direkten und indirekten – CO_2-Ausstoß, verringern die Lösemittelemissionen, steigern die Ressourceneffizienz und vermeiden oder minimieren Abfälle.

Soziale und gesellschaftliche Nachhaltigkeit. Wir engagieren uns für unsere Mitarbeiter, für unsere Kunden und für die Menschen im Umfeld unserer Standorte. Wir verstehen uns hierbei als „mitgestaltender Teil der Gesellschaft".

- Mitarbeiter: Begeisterte und qualifizierte Mitarbeiter sind die Basis unseres Erfolgs. In wirtschaftlich schwierigen Zeiten, wie wir sie momentan erleben, ist es unser Ziel, die hoch motivierte und qualifizierte Belegschaft zu erhalten. Zudem bilden wir qualifizierte Nachwuchskräfte aus und fördern die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter. Wir investieren in Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, unterstützen die Vielfalt unserer Belegschaft und stellen uns auf die Anforderungen des demografischen Wandels ein. Dadurch möchten wir als attraktiver Arbeitgeber überzeugen – und die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter erhalten und weiter ausbauen.
- Kunden: Die Zufriedenheit unserer Kunden ist ein vorrangiges Unternehmensziel. Dies gilt für die Kunden aller Produkte sowie Service- und Finanzdienstleistungen unseres Unternehmens. Wir haben uns hierfür hohe Ziele gesetzt und verfolgen diese mit umfassenden Initiativen und Projekten unserer Kundenbindungsprogramme.
- Gesellschaft: Wir wissen um die Verpflichtungen, die aus unserer weltweiten Tätigkeit als Unternehmen erwachsen. Unser „Dialog mit Stakeholdern" zu strategisch bedeutsamen Unternehmensthemen unterstützt uns, vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Stakeholdern aufzubauen und zu festigen.

  Als „mitgestaltender Teil der Gesellschaft" wollen wir zielgerichtet Wert für die Gesellschaft schaffen. Im Rahmen unserer „Spenden-, Sponsoring- und Stiftungsarbeit" gibt es klare strategische Vorgaben, mit den Schwerpunkten für die Hilfe in Not geratener Menschen, die Verständigung zwischen den Kulturen, der Förderung von Bildung, Wissenschaft und Kultur und der Unterstützung von Sport- sowie karitativen Projekten.

GRUNDSÄTZE UND RICHTLINIEN

Standards geschäftlichen Verhaltens. Als weltweit operierendes Unternehmen unterliegt Daimler einer Gesetzgebung, die sich von Region zu Region oft stark unterscheidet. Um die Mitarbeiter dabei zu unterstützen, sich in diesem komplexen rechtlichen Umfeld zu orientieren, haben wir „Standards geschäftlichen Verhaltens" formuliert. Diese dienen als verbindlicher Maßstab für das richtige Verhalten im Geschäftsalltag. Die Standards befassen sich sowohl mit den einschlägigen Gesetzen als auch mit den weiteren internen Richtlinien. Jeder einzelne Mitarbeiter ist verpflichtet, die „Übereinstimmung" (Compliance) seines täglichen Handelns mit den internen und externen Standards sicherzustellen.

- Verhaltensrichtlinie (PDF, 156 KB)
- Grundsätze der sozialen Verantwortung (PDF, 284 KB)
- Code of Ethics (PDF, 156 KB)

House of Policies. Ausgehend von unseren Unternehmenswerten Integrität, Begeisterung, Wertschätzung und Disziplin haben wir 1999 eine Verhaltensrichtlinie entwickelt, die ausnahmslos für alle Beschäftigten gilt. Im Jahr 2003 haben wir die Verhaltensrichtlinie durch die „Grundsätze der sozialen Verantwortung" erweitert und um den „Code of Ethics" ergänzt, der den Anforderungen des US-Rechts entspricht. Zusätzlich eingeführte Konzernrahmenrichtlinien und Konzernrichtlinien setzen die Prinzipien der Verhaltensrichtlinie in konkrete Handlungsvorschriften um. Im Jahr 2008 hat der Vorstand darüber hinaus ein neues Richtlinienmanagement beschlossen. Das sogenannte „House of Policies" führt alle konzernweiten Richtlinien zusammen und erleichtert den Umgang mit den Regelwerken nochmals, denn alle Richtlinien werden zusätzlich im Intranet in einer zentralen Datenbank verfügbar sein.

UN Global Compact. Als einer der Erstunterzeichner des UN Global Compact bekennt sich unser Unternehmen bereits seit dem Jahr 2000 zu den zehn Grundprinzipien dieser Initiative. Daimler ist zudem seit Ende 2010 Mitglied der „Global Compact LEAD"-Gruppe, deren ca. 50 teilnehmenden Unternehmen sich zur vorbildlichen Umsetzung der Prinzipien verpflichtet haben.

Selbstverpflichtung zum verantwortlichen Handeln. Am 25. November 2010 haben Topmanager und Unternehmer von 21 deutschen Unternehmen in Berlin ein „Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft" unterzeichnet. Darin bekennen sich Dr. Dieter Zetsche und die anderen Unterzeichner zur sozialen Marktwirtschaft und zu fairen Regeln im globalen Wettbewerb. Basierend auf sechs Prinzipien verpflichten sich die Vorstandsvorsitzenden und Geschäftsführer zu einer erfolgs- und werteorientierten Führung im Sinne der sozialen Marktwirtschaft.

So ist dem Leitbild entsprechend Wettbewerb unverzichtbar, Gewinne dürfen allerdings nicht durch unrechtmäßige Schädigungen Dritter erzielt werden. Die Unternehmen sehen sich zudem in der Verantwortung, zum Wohl der Menschen fortlaufend nach besseren Wegen der Ressourcennutzung zu suchen und damit nachhaltiger zu wirtschaften. Die im Leitbild enthaltenen Prinzipien sollen gemeinsam mit Beschäftigten und Sozialpartnern auf allen Unternehmensebenen gelebt und zum Bestandteil der Führungsprozesse werden.

Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft (PDF, 2 MB)

DAIMLER SCHAFFT NEUES VORSTANDSRESSORT FÜR „INTEGRITÄT UND RECHT“

Daimler hat ein neues Vorstandsressort „Integrität und Recht“ geschaffen. Einen entsprechenden Beschluss zur Erweiterung des Vorstands hat der Aufsichtsrat am 28. September 2010 gefasst. Zu den Aufgaben des neuen Vorstands zählen unter anderem das Management der globalen Rechts- und Compliance-Organisation und der entsprechenden Prozesse, die Geschäftsethik sowie eine nachhaltige Verankerung von Compliance und Integrität im gesamten Unternehmen.

„Wir verfolgen bei Compliance den gleichen Anspruch wie in unserem Geschäft: Vorreiter für Neuerungen in unserer Branche zu sein. Dazu schaffen wir nun zum einen die organisatorischen und strukturellen Grundlagen. Zum anderen werden wir Integrität als einen ganz zentralen Bestandteil unserer Unternehmenskultur weiterhin konsequent in den Vordergrund stellen“, so Daimler-Vorstandsvorsitzender Dr. Dieter Zetsche.

Dr. Christine Hohmann-Dennhardt

Zuständig für das neue Vorstandsressort ist Frau Dr. Christine Hohmann-Dennhardt. Sie wurde mit Wirkung vom 16. Februar 2011 bis zum 28. Februar 2014 zum Mitglied des Vorstands für das neu geschaffene Ressort „Integrität und Recht“ bestellt. Dr. Christine Hohmann-Dennhardt, geboren am 30.04.1950 in Leipzig, war von Januar 1999 bis Februar 2011 Richterin des ersten Senats des Bundesverfassungsgerichts. Von 1995 bis 1999 war sie Hessische Ministerin für Wissenschaft und Kunst und von 1991 bis 1995 Hessische Ministerin der Justiz. Davor war sie als Direktorin des Sozialgerichts Wiesbaden und als Richterin an den Sozialgerichten Frankfurt am Main, Wiesbaden und am Landessozialgericht Darmstadt tätig. Sie hat an der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt promoviert.

Grundsätzlich verfolgt Daimler das Ziel, eine Unternehmenskultur zu schaffen, die nicht nur die gesetzlichen Anforderungen erfüllt, sondern auch höchsten ethischen Ansprüchen genügt und branchenweit als beispielhaft gilt. Um diese Maßgabe zu erreichen, wird Daimler neben dem neuen Vorstandsressort sukzessive weitere Initiativen ergreifen.

Die regelkonforme und einwandfreie Abwicklung aller Geschäfte fordert eine entsprechend ausgebildete und weltweit aufgestellte Compliance-Organisation sowie wirksame Prozesse und Kontrollen. Deshalb wird Daimler noch klarere Strukturen schaffen und noch mehr Ressourcen einsetzen, um diesen Anforderungen Rechnung zu tragen.

PRODUKTPORTFOLIO UND PRODUKTIONSSTANDORTE

Mit seinen starken Marken ist Daimler in nahezu allen Ländern der Erde vertreten. Das Unternehmen verfügt über Fertigungskapazitäten in insgesamt 18 Ländern und weltweit rund 8.000 Vertriebsstandorte.

Mercedes-Benz Cars. Das Produktangebot des Geschäftsfelds Mercedes-Benz Cars reicht von den hochwertigen Kleinwagen der Marke smart über die Premiumfahrzeuge der Marke Mercedes-Benz bis hin zur Luxuslimousine Maybach. Der Schwerpunkt der Produktion liegt in Deutschland, das Geschäftsfeld fertigt aber auch in den USA, in China, Frankreich, Südafrika, Indien, Vietnam und Indonesien. Weltweit verfügt Mercedes-Benz Cars derzeit über 17 Produktionsstätten. Zur Erweiterung der Modellpalette im Kompaktwagensegment bauen wir derzeit ein neues Werk in Ungarn, das im Jahr 2012 in Betrieb gehen soll. Die wichtigsten Märkte für Mercedes-Benz Cars waren im Jahr 2010 Deutschland mit 23 Prozent des Absatzes, die übrigen Märkte Westeuropas (27 Prozent), die USA (17 Prozent) und China (13 Prozent).

Daimler Trucks. Als der größte weltweit aufgestellte Hersteller von Lkw über 6 Tonnen entwickelt und fertigt das Geschäftsfeld Daimler Trucks in einem globalen Verbund Lkw der Marken Mercedes-Benz, Freightliner, Western Star und Fuso. Die insgesamt 28 Produktionsstandorte befinden sich in der NAFTA (14, davon 11 in den USA und 3 in Mexiko), in Asien (5), in Europa (7), in Südamerika (1) und in Afrika (1). In Brasilien wird Daimler Trucks seinen Produktionsverbund ab 2012 um das Werk Juiz de Fora erweitern und dort den schweren Lkw lo für den lateinamerikanischen Markt produzieren. Die Produktpalette von Daimler Trucks umfasst leichte, mittelschwere und schwere Lkw für den Fern-, Verteiler- und Baustellenverkehr sowie Spezialfahrzeuge für den Einsatz im kommunalen Bereich. Aufgrund der engen produktionstechnischen Verknüpfung zählen auch die Omnibusse der Marken Thomas Built Buses und Fuso zum Produktangebot von Daimler Trucks. Die wichtigsten Absatzmärkte für das Geschäftsfeld waren im Jahr 2010 Asien (34 Prozent), die NAFTA mit 22 Prozent, Lateinamerika ohne Mexiko (16 Prozent) und Westeuropa (16 Prozent).

Mercedes-Benz Vans. Das Geschäftsfeld Mercedes-Benz Vans produziert an insgesamt sieben Standorten: in Deutschland, Spanien, in den USA, in Argentinien, Vietnam und seit April 2010 im Rahmen des 50:50-Gemeinschaftsunternehmens Fujian Daimler Automotive auch in China. Das Produktangebot besteht aus den Baureihen Sprinter, Vito/ Viano und Vario in den Gewichtsklassen von 1,9 bis 7,5 Tonnen. Die wichtigsten Märkte liegen mit insgesamt 77 Prozent des Absatzes in Europa. In den USA wird der Sprinter unter der Marke Freightliner und seit Beginn des Jahres 2010 auch unter der Marke Mercedes-Benz vertrieben.

Daimler Buses. Das Geschäftsfeld Daimler Buses ist mit den Marken Mercedes-Benz, Setra und Orion der weltweit führende Hersteller von Omnibussen über 8 Tonnen. Das Angebot von Daimler Buses umfasst Stadt-, Überland- und Reisebusse sowie Fahrgestelle. Die wichtigsten der insgesamt 15 Produktionsstandorte liegen in Deutschland, der Türkei, Lateinamerika, Frankreich, Spanien und der NAFTA. 45 Prozent des Umsatzes erzielte Daimler Buses in Westeuropa, 12 Prozent in den NAFTA-Märkten und 27 Prozent in Lateinamerika (ohne Mexiko). Während wir in Europa und der NAFTA-Region hauptsächlich Komplettbusse verkaufen, konzentriert sich das Geschäft in Lateinamerika, Afrika und Asien auf die Produktion und den Vertrieb von Fahrgestellen.

Daimler Financial Services. Das Geschäftsfeld Daimler Financial Services unterstützt weltweit den Absatz der Automobilmarken des Daimler-Konzerns in nahezu 40 Ländern. Das Angebot beinhaltet im Wesentlichen maßgeschneiderte Finanzierungs- und Leasingangebote für Endkunden und Händler. Zum Leistungsspektrum gehören auch Versicherungen, Flottenmanagement, Anlageprodukte und Kreditkarten. Die Schwerpunkte der Aktivitäten liegen in Westeuropa und Nordamerika. Im Berichtsjahr wurden mehr als 40 Prozent der von Daimler verkauften Fahrzeuge von Daimler Financial Services finanziert. Das Vertragsvolumen von 63,7 Mrd. Euro entspricht einem Bestand von 2,5 Mio. Fahrzeugen. Am Konsortium Toll Collect, das in Deutschland ein System zur elektronischen Mauterhebung bei Lkw über 12 Tonnen betreibt, ist Daimler Financial Services mit 45 Prozent beteiligt.

An der European Aeronautic Defence and Space Company (EADS), einem führenden Unternehmen der Luftfahrt-, Raumfahrt- und Verteidigungsindustrie, hält die Daimler AG über eine Tochtergesellschaft eine Beteiligung in Höhe von 22,5 Prozent. Wirtschaftlich betrachtet liegt der Anteil von Daimler an der EADS bei 15 Prozent, da ein Konsortium von nationalen und internationalen Investoren mit einem Drittel an dieser Tochtergesellschaft beteiligt ist, die den EADS-Anteil hält.

Außerdem ist Daimler mit 28,4 Prozent an der Tognum AG, einem weltweit führenden Hersteller von Off-Highway-Motoren, beteiligt. Über ein breit gefächertes Netz von Beteiligungen, Gemeinschaftsunternehmen und Kooperationen ist Daimler in die globale Automobilindustrie und angrenzende Wirtschaftsbereiche eingebunden.

Portfolioveränderungen. Mit dem Ziel, unser Kerngeschäft zu stärken und neue Wachstumspotenziale zu erschließen, haben wir im Jahr 2010 das Geschäftsportfolio von Daimler weiterentwickelt.

DAS GESCHÄFTSJAHR 2010

Daimler hat im Jahr 2010 insgesamt 1,9 Mio. Fahrzeuge abgesetzt. Das aufgrund der globalen Wirtschafts- und Finanzkrise sehr niedrige Vorjahresniveau wurde damit um 22 Prozent übertroffen. Insbesondere bei den Pkw war die Marktbelebung deutlich dynamischer als zu Beginn des Jahres erwartet.

Der Konzernumsatz stieg im Jahr 2010 um 24 Prozent auf 97,8 Mrd. Euro; bereinigt um Wechselkurseffekte war ein Zuwachs um 19 Prozent zu verzeichnen. Damit hat sich unser Geschäft nach der weltweiten Absatzkrise zwar wesentlich schneller erholt als noch zu Jahresbeginn erwartet, insgesamt lag der Konzernumsatz aber erst in der Größenordnung des Jahres 2008 und noch unterhalb des Rekordniveaus aus dem Jahr 2007.

Von der Erholung wichtiger Märkte haben alle Geschäftsfelder profitiert: Bei Mercedes-Benz Cars stieg das Geschäftsvolumen um 29 Prozent auf 53,4 Mrd. Euro, bei Daimler Trucks um 31 Prozent auf 24,0 Mrd. Euro, bei Mercedes-Benz Vans um 26 Prozent auf 7,8 Mrd. Euro und bei Daimler Buses um 8 Prozent auf 4,6 Mrd. Euro. Auch das Geschäftsfeld Daimler Financial Services hat einen Zuwachs von 7 Prozent auf 12,8 Mrd. Euro erzielt.

In der regionalen Betrachtung erhöhte sich der Umsatz von Daimler insbesondere in der Region Asien (+58 Prozent auf 19,7 Milliarden Euro). Positiv wirkte hier vor allem die günstige Geschäftsentwicklung in China (+109 Prozent auf 9,1 Milliarden Euro). In der NAFTA stieg das Geschäftsvolumen um 22 Prozent auf 23,6 Mrd. Euro. Besonders dynamisch war der Geschäftsverlauf auch in Lateinamerika und hier vor allem in Brasilien (+54 Prozent auf 4,2 Mrd. Euro). In Westeuropa war hingegen nur ein leichter Anstieg um 6 Prozent auf Euro 38,5 Mrd. Euro zu verzeichnen; einem nur leichten Wachstum um 3 Prozent in Deutschland stand dabei ein stärkerer Zuwachs von 9 Prozent in den anderen westeuropäischen Märkten gegenüber.

Grundsätzlich hat sich die regionale Aufteilung des Geschäftsvolumens von Daimler in den beiden zurückliegenden Jahren deutlich zugunsten neuer Märkte verändert. So erzielen wir mittlerweile 35 Prozent unseres Gechäftsvolumens in den Märkten außerhalb der Triade USA, Westeuropa und Japan. Im Jahr 2008 lag dieser Anteil noch bei 28 Prozent.

KENNZAHLEN DES GESCHÄFTSJAHRES 2010

01 Unternehmensprofil	Einheit	2008	2009	2010	
Umsatz	in Mio. €	98.469	78.924	**97.761**	↑
Operating Profit / EBIT	in Mio. €	2.730	-1.513	**7.274**	↑
Ergebnis vor Ertragssteuern	in Mio. €	2.795	-2.298	**6.628**	↑
Konzernergebnis	in Mio. €	1.414	-2.644	**4.674**	↑
Gesamtabsatz Fahrzeuge	in Mio.	2,1	1,6	**1,9**	↑
Absatz Mercedes-Benz Cars		1.273.013	1.093.905	**1.276.827**	↑
Absatz Daimler Trucks		472.074	259.328	**355.263**	↑
Absatz Mercedes-Benz Vans		287.198	165.576	**224.224**	↑
Absatz Daimler Buses		40.591	32.482	**39.118**	↑
Vertragsvolumen Daimler Financial Services	in Mrd. €	63,4	58,3	**63,7**	↑

03 Produktverantwortung	Einheit	2008	2009	2010	
Forschungs- und Entwicklungsleistungen	in Mio. €	4.442	4.181	**4.849**	↑
davon Aufwendungen im Umweltschutz	in Mio. €	1.799	1.721	**1.876**	↑
CO_2-Emissionen der europäischen Flotte (Mercedes-Benz Cars Pkw)	in g CO_2 /km	173	160	**158**	↓

04 Betrieblicher Umweltschutz	Einheit	2008	2009	2010	
Energieverbrauch (gesamt)	in GWh	10.971	8.938	**10.327**	↑
davon Strom	in GWh	4.694	3.750	**4.442**	↑
davon Erdgas	in GWh	4.380	3.487	**3.986**	↑
CO_2-Emissionen (gesamt, Scope 1 und 2)	in 1.000 t	3.879	3.135	**3.699**	↑
CO_2-Emissionen gesamt (je produziertes Fahrzeug, Mercedes-Benz Cars Pkw)	in kg / Fahrzeug	1.352	1.485	**1.350**	↓
CO_2-Emissionen gesamt (je produziertes Fahrzeug, Daimler Trucks)	in kg / Fahrzeug	2.468	3.629	**3.077**	↓
CO_2-Emissionen gesamt (je produziertes Fahrzeug, Mercedes-Benz Vans)	in kg / Fahrzeug	1.010	1.389	**1.110**	↓
CO_2-Emissionen gesamt (je produziertes Fahrzeug, Daimler Buses)	in kg / Fahrzeug	2.695	2.911	**2.349**	↓
Lösemittel (VOC) gesamt	in t	6.433	4.140	**5.386**	↑
Lösemittel (VOC) (je produziertes Fahrzeug, Mercedes-Benz Cars Pkw)	in kg / Fahrzeug	1,07	1,03	**0,93**	↓
Lösemittel (VOC) (je produziertes Fahrzeug, Daimler Trucks)	in kg / Fahrzeug	6,99	7,84	**7,64**	↓
Lösemittel (VOC) (je produziertes Fahrzeug, Mercedes-Benz Vans)	in kg / Fahrzeug	3,34	3,59	**3,56**	↓
Lösemittel (VOC) (je produziertes Fahrzeug, Daimler Buses)	in kg / Fahrzeug	16,71	20,28	**14,91**	↓
Abfall Verwertungsquote	in Prozent	92	92	**91**	↓
Wasserverbrauch (gesamt)	in Mio. m³	15.673	11.886	**14.083**	↑

05 Unsere Mitarbeiter	Einheit	2008	2009	2010	
Anzahl Mitarbeiter (weltweit)		273.216	256.407	**260.100**	↑

01 Unternehmensprofil	Einheit	2008	2009	2010	
Anzahl Auszubildende (weltweit)		9.603	9.151	**8.841**	↓
Durchschnittsalter Belegschaft (weltweit)	in Jahren	41,1	41,4	**41,9**	↑
Kosten Personalaufwand (weltweit)	in Mrd. €	15,1	13,9	**16,5**	↑
Durchschnittliche Fort- und Weiterbildungstage (pro Jahr/Mitarbeiter)	in Tagen	4,4	2,4	**2,3**	↓
Kosten für Aus- und Weiterbildung	in Mio. €	272,7	206,8	**201,6**	↓
Frauenanteil (Daimler AG)	in Prozent	12,9	13,1	**13,5**	↑
Frauenanteil Führungspositionen Ebene 4 (Daimler AG)	in Prozent	11,2	11,7	**12,4**	↑
Fluktuationsquote (weltweit)	in Prozent	6,5	9,7	**4,9**	↓
Teilzeitquote (Daimler AG)	in Prozent	6,1	6,4	**6,4**	→
Unfallhäufigkeit[1]	in Fällen	15,5	13,5	**15,0**	↑
Krankenquote	in Prozent	4,5	4,4	**4,9**	↑
Rückstellungen für Alters- und Gesundheitsvorsorge	in Mrd. €	4,1	4,1	**4,3**	↑

06 Gesellschaftliches Umfeld	Einheit	2008	2009	2010	
Ausgaben für Stiftungen, Spenden und Sponsoring	in Mio. €	41,46	26,4	**51,1**	↑

[1] Durchgangsarzt-Fälle mit mindestens einem Ausfalltag pro 1 Million Anwesenheitsstunden, bezogen auf Mitarbeiter in der Produktion oder produktionsnahen Bereichen

FINANZKENNZAHLEN

Daimler-Konzern **€-Werte in Millionen**	**2010**	**2009**	**2008**	**10/09** **Veränd. in %**
Umsatz	97.761	78.924	98.469	+24[1]
Westeuropa	38.478	36.458	46.276	+6
davon Deutschland	19.281	18.788	21.832	+3
NAFTA	23.582	19.380	23.243	+22
davon USA	20.216	16.569	19.956	+22
Asien	19.659	12.435	13.840	+58
davon China	9.094	4.349	3.226	+109
Übrige Märkte	16.042	10.651	15.110	+51
Beschäftigte (31.12.)	260.100	256.407	273.216	+1
Sachinvestitionen	3.653	2.423	3.559	+51
Forschungs- und Entwicklungsleistungen	4.849	4.181	4.442	+16
davon aktiviert	1.373	1.285	1.387	+7
Cash Flow aus der Geschäftstätigkeit	8.544	10.961	-786	-22
EBIT	7.274	-1.513	2.730	.
Wertbeitrag (Value Added) (einschließlich aufgegebene Aktivitäten)	2.773	-4.644	-1.147	.
Konzernergebnis	4.674	-2.644	1.414	.
Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	4.674	-2.644	1.704	.
Ergebnis je Aktie (in €)	4,28	-2,63	1,41	.
Ergebnis je Aktie, fortgeführte Aktivitäten (in €)	4,28	-2,63	1,71	.
Dividendensumme	1.971	0	556	.
Dividende je Aktie (in €)	1,85	0,00	0,60	.

[1] Bereinigt um Wechselkurseffekte und Konsolidierungskreisveränderungen Umsatzanstieg um 19%.

EINIGUNG MIT DEN US-BEHÖRDEN

Am 1. April 2010 hat die Daimler AG eine Einigung mit der US-Börsenaufsicht (Securities and Exchange Commission, SEC) und dem US-Justizministerium (U.S. Department of Justice, DOJ) zum Abschluss der Untersuchungen wegen Verletzungen des US-amerikanischen Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) erzielt. Im Rahmen dieser Einigung zahlte Daimler eine Geldbuße in Höhe von 93,6 Mio. US-Dollar (ca. 70 Mio. Euro) und stimmte einer Gewinnabschöpfung in Höhe von 91,4 Mio. US-Dollar (ca. 68 Mio. Euro) zu. Das Unternehmen hatte dafür in den Vorjahren ausreichende Rückstellungen gebildet.

Bei der Untersuchung der Vorwürfe, die im Herbst 2004 begann, hat Daimler mit der SEC und dem DOJ kooperiert. Parallel dazu hat Daimler eine umfassende Compliance-Organisation aufgebaut, um für die Zukunft sicherzustellen, dass das Geschäftsgebaren den Verhaltensrichtlinien des Unternehmens und den gesetzlichen Vorgaben entspricht.

Die Verfahren des DOJ gegen die Daimler AG und die Daimler North East Asia Ltd. wurden gegen die Auflagen ausgesetzt, die Vorschriften des FCPA während der zweijährigen Laufzeit der Vereinbarungen nicht zu verletzen und ein umfassendes Compliance-Programm aufrechtzuerhalten. Dieses Programm ist unter anderem darauf ausgerichtet, die Einhaltung von Antibestechungsvorschriften, wie zum Beispiel den FCPA, sicherzustellen. Nach Erfüllung der Auflagen werden die ausgesetzten Verfahren eingestellt. Darüber hinaus wurde der ehemalige US-Bundesrichter Louis Freeh für drei Jahre unabhängiger Compliance-Monitor, der unter anderem die Compliance-Maßnahmen des Unternehmens bewertet und dokumentiert.

BREITE AKTIONÄRSBASIS

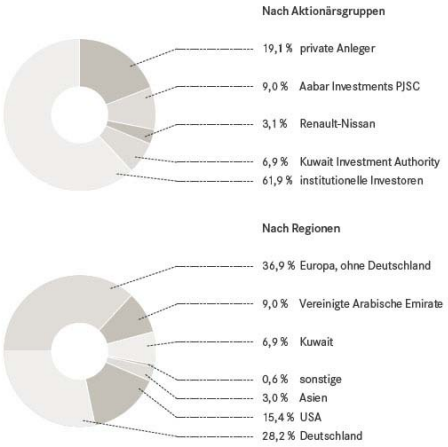
Mit rund 1,0 Mio. Aktionären verfügt Daimler weiterhin über eine breite Aktionärsbasis. Die Aktionärszahlen sind jedoch weiter rückläufig, da insbesondere Privatanleger weniger Anteile halten.

Der Anteil der institutionellen Investoren ist im Berichtsjahr 2010 weiter gestiegen.

Aabar Investments PJSC, Abu Dhabi, hält 9,0 Prozent der Daimler-Aktien und ist damit weiter unser größter Investor. Zweitgrößter Aktionär ist weiterhin die Kuwait Investment Authority mit einem Anteil von 6,9 Prozent.

Im April 2010 haben die Daimler AG und die Renault-Nissan-Allianz neben einer weitreichenden strategischen Kooperation eine gegenseitige Kapitalbeteiligung vereinbart. Die Renault-Nissan-Allianz hat dabei aus unserem Bestand eigener Aktien einen Anteil von 3,1 Prozent erhalten. Der Bestand eigener Aktien hat sich dadurch unter die Meldeschwelle von 3 Prozent reduziert. Zum Jahresende hielten wir noch 221.418 Aktien (0,02 Prozent) im eigenen Bestand.

08 **Die Aktionärsstruktur (Stand: 31.12.2010)**



SUSTAINABILITY RATINGS UND RANKINGS

Unsere Anstrengungen, Strategie und operatives Geschäft am Grundsatz der Nachhaltigkeit auszurichten, wurden auch im Geschäftsjahr 2010 durch externe Leistungsbewertungen gewürdigt. Gleichwohl mussten wir auch Enttäuschungen hinnehmen.

Beim Rating der oekom research erhielt Daimler erneut den „Prime Investment Status“, diesmal allerdings mit einer erneut deutlich verbesserten Gesamtbewertung von B- (Skala von A+ bis D-).

Im September 2010 hat Sustainable Asset Management (SAM) die Ergebnisse für den diesjährigen „Dow Jones Sustainability Index“ (DJSI) bekannt gegeben. Demnach ist Daimler trotz verbesserter Gesamtbewertung nicht mehr im DJSI World vertreten. Davor war Daimler fünf Mal in Folge unter den Top-5-Automobilunternehmen im weltweiten Ranking des Dow Jones Sustainability Index. Die Gesamtzahl der Automobilhersteller im Sektor „Automobile and Parts“ wurde insgesamt im Index reduziert. Im DJSI World 2009 wurden noch sechs Hersteller, 2010 nur noch drei Hersteller genannt (BMW, Fiat und VW). Neben Daimler sind auch Toyota und Renault nicht mehr im DJSI World Index genannt. Alle Automobilhersteller liegen mit ihrem Gesamtergebnis nahe beieinander, so dass nur wenige Prozentpunkte über die Aufnahme oder Löschung im Index entschieden haben.

Aufgrund der Anteile an EADS war die Daimler-Aktie auch 2010 nicht im FTSE4Good-Index vertreten. Dagegen haben die Nachhaltigkeitsanalysten der französischen Ratingagenturen Vigeo und Sustainalytics unser Unternehmen im Jahr 2010 für sein Nachhaltigkeitsengagement positiv bewertet. Daimler wird seine Bemühungen auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit weiter intensivieren. Wir erwarten, dass sich dadurch auch unsere Position in relevanten Ratings und Rankings weiter verbessern wird.

Die Daimler-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes

	2009/2010	2010/2011
Ratingagentur		
Sustainable Asset Management	bewertet	bewertet
Vigeo	bewertet (ohne Rangfolge)	bewertet (ohne Rangfolge)
Sustainalytics (DAX 30)	bewertet (Platz 16)	bewertet (Platz 16)
oekom research	Prime Investment Status (Note C)	Prime Investment Status (Note B-)
Imug/EIRIS	bewertet (ohne Rangfolge)	bewertet (ohne Rangfolge)
Indizes		
Dow Jones Sustainability Index World	gelistet	nicht gelistet
Dow Jones Sustainability Index STOXX	nicht gelistet	nicht gelistet
ASPI-Index	gelistet	gelistet
FTSE4Good-Index	wegen EADS-Anteilen nicht gelistet	

Daimler

360

Fakten zur Nachhaltigkeit 2011

http://nachhaltigkeit.daimler.com

Kapitel „Nachhaltigkeitsmanagement“

(inklusive vertiefender Inhalte)

UNSERE ZIELE

Nachhaltigkeitsmanagement

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
1. Integrität und Compliance			
Compliance-Schulung. Konzernweite Fortführung der Trainings mit mehr als 150.000 Teilnehmern und Ausweitung auf die Geschäftspartner."	2011	Im Jahr 2010 nahmen über 111.000 Mitarbeiter am webbasierten Training zur Daimler Verhaltensrichtlinie teil. Mehr als 21.000 Mitarbeiter aus Gesellschaften und Bereichen, die Vertriebsaktivitäten durchführen, absolvierten das webbasierte Training zur Korruptionsprävention. Weltweit wurden 140 Präsenztrainings mit mehr als 3.500 Teilnehmern durchgeführt. Darüber hinaus durchliefen die obersten Führungskräfte des Unternehmens ein gezieltes Antikorruptionstraining.	"Durchführung des neuen Code of Conduct-Online-Trainings zur Verhaltensrichtlinie. // Durchführung des Online-Trainings zur Korruptionsprävention in Deutschland; (internationale Umsetzung bereits 2009). // Zusätzliche Trainings für Top-Führungskräfte (Senior Vice Presidents; Direktoren im Vertrieb). // Trainings für Geschäftspartner. // Seminare zu "Compliance und Führung" für neue (Senior) Manager im Ausland. "
Bewusstseinsbildung. Verbesserung der Kenntnisse der Mitarbeiter über Vereinbarungen und Richtlinien.	2012	Wir haben eine Untersuchung erarbeitet und erstmals durchgeführt. Die Ergebnisse wurden - auch auf Bereichsebene - analysiert und konzernweit kommuniziert, z.B. im Mitarbeiter-Portal.	"Konzernweite Evaluation der Verhaltensrichtlinie und der Antikorruptionsrichtlinien. // Ableitung, konzernweite Abstimmung und Durchführung von Kommunikations- und Informationsmaßnahmen zur Verbesserung der Wissensbasis der Mitarbeiter. "
Hinweisgebersystem. Verbesserung des Hinweisgebersystems und konzernweiter Ausbau der Serviceleistungen des Business Practices Office (BPO).	2011	In der Region Asien und Australien/ Pazifik haben wir die Reichweite des Hinweisgebersystems vergrößert. Außerdem wurde die Bekanntheit des BPO erhöht und - unter Wahrung der Anonymität - mehr Transparenz über gemeldete Hinweise von vermutetem Fehlverhalten geschaffen.	Bereitstellung eines online Meldebogens zum globalen Hinweisgebersystem und gebührenfreie telefonische Hotlines in zusätzlichen 8 Sprachen, weitere Sprachen in 2011. // Ausweitung der globalen BPO-Kommunikation in internen Print- und Online-Medien. // Vierteljährliches Reporting anonymisierter Beschwerden an die Top-Führungskräfte.
Geschäftspartner. Optimierung und Ausbau der konzernweiten Integritätsprüfung der Geschäftspartner, die im Auftrag von Daimler tätig sind.	2011	2010 haben wir Standardprozesse für neue Geschäftspartner definiert und dokumentiert. Für die Bewertung der Partner wurde eine Risikomatrix auf Basis von Geschäfts- und Länderrisiken festgelegt.	Abschaffen von Ausnahmeregelungen für NAFTA-Händler. // Ausbau der Kommunikation zu aktuellen Anfragen und Überprüfungen. // Verbesserung und zentrale Bereitstellung von Umsetzungs-hilfen für den Due Diligence Prozess. // Festlegung von Kriterien und Ausarbeitung von Richtlinien für die Durchführung von Due Diligences. // Entwicklung und Einführung eines globalen IT-gestützten Due Diligence Prozesses.
Kommunikation. Weltweite interne Kommunikations-kampagne "fairplay." zu Integritätsthemen.	2013	Neues Ziel	Konzernweite Kommunikationskampagne in 19 Sprachen für Mitarbeiter, Management und Business-Partner. // Einsatz von klassischen Kommunikations-mitteln. // Ziel ist, den Unternehmenswert Integrität stets als Basis unseres Handelns zu implementieren.
2. Datenschutz			

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
Datenschutz Mitarbeiterdaten. Datenschutz Sensibilisierung aller Führungskräfte (Ebene 5 bis Ebene 2) in Deutschland im Umgang mit Gesundheitsdaten bis 2012.	2012	Neues Ziel	Präsenzschulungen an allen Werkstandorten in Deutschland durchführen. // Ausrollen und implementieren eines Standard-Tools zur fortlaufenden Qualifizierung neuer Führungskräfte (Ebene 5 bis Ebene 2) in Deutschland beim Thema Gesundheitsdaten.
Datenschutz weltweit. Entwicklung eines konzernweiten Awarenesskonzepts innerhalb des Daimler-Konzerns bis 2015.	2015	Neues Ziel	Entwicklung eines konzernweiten Awarenesskonzepts (Realisation: 2011). // Entwicklung und Implementierung konzernweiter Schulungsstandards im Bereich Datenschutz (Realisation: 2012-2015).
Schutz von Kundendaten. Optimierung des Datenschutzes im Mercedes-Benz Vertrieb der Daimler AG durch Umsetzung neuer nationaler Richtlinien.	2011	Neues Ziel	Umsetzung der neuen Datenschutzrichtlinien und -vorgaben insbesondere des Bundesdatenschutzgesetzes in der gesamten Vertriebskette. // Schulung der beteiligten Mitarbeiter und Implementierung der veränderten Prozesse sowie Optimierung von Kundendaten.
3. Management von Lieferantenbeziehungen			
Schulungen. Bessere Verankerung der Daimler Nachhaltigkeits-anforderungen mithilfe von Lieferantentrainings.	2013	In der Türkei und Brasilien hat Daimler gemeinsam mit anderen Automobil-herstellern Pilottrainings zu Sozial-standards, Menschenrechten, Umwelt-anforderungen und Geschäftsethik durchgeführt. Türkei: 2 Trainings, unter den Teilnehmern waren 13 Daimler Lieferanten, Brasilien: 10 Trainings, unter den Teilnehmern waren 40 Daimler Lieferanten.	Einführung von Lieferantentrainings zu Sozialstandards, Menschenrechten, Umweltstandards und Geschäftsethik in ausgewählten Risikoländern. Fokus 2011: Indien & Brasilien mit je rund 40 Lieferanten.
Lieferantenauskunft. Überprüfung der Umsetzung der Daimler Nachhaltigkeits-anforderungen bei Lieferanten mithilfe von Selbstauskünften.	2012	Die Daimler Selbstauskunft wurde weltweit mit Lieferanten getestet; eine Online-Version des Fragebogens steht zur Verfügung.	Versand und Auswertung der Selbstauskunft für ausgewählte Lieferanten in Risikoländern und in Risiko-Commodities. Fokus 2011: Reinigungsdienstleistungen IPS, rund 50 Lieferanten.
Vertragsbedingungen. Verankerung der Daimler Richtlinie zur Nachhaltigkeit in verbindlichen Vertrags-bedingungen.	2013	Die Richtlinie zur Nachhaltigkeit wurde in die Mercedes-Benz Special Terms integriert, die in Deutschland für Lieferanten im Pkw- und Nutzfahrzeug-bereich gelten. Außerdem floss sie in die Einkaufsbedingungen für Lieferanten des Bereichs Nicht-Produktionsmaterial ein.	Schrittweise Integration der Richtlinie zur Nachhaltigkeit in Vertragsdokumente weltweit.
4. Prozesse des Stakeholder-Dialogs			
Stakeholder-Dialog. Internationalisierung des Stakeholder Dialogs.	2014	Die zentrale, global ausgerichtete Stakeholder- Dialog Veranstaltung in Stuttgart ("Sustainability Dialogue") wurde 2010 um eine regional ausgerichtete Veranstaltung in China ergänzt.	Ab 2011 soll jährlich zusätzlich eine - der China vergleichbaren - regionale Stakeholder Dialog-Veranstaltung in den USA durchgeführt werden.
5. Nachhaltigkeitsstrategie			
Strategieprozess. Erstellung der konzernweit gültigen Daimler	2012	Neues Ziel	Bereichsübergreifender Prozess mit ergänzenden Maßnahmenplänen und deren Bericherstattung (bis Ende

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
Nachhaltigkeitsstrategie.			2011). // Verabschiedung, Implementierung und Kommunikation von Maßnahmenplänen (bis Ende 2012).
6. Sensibilisierung der Mitarbeiter			
Kommunikation. Stärkung des Bewusstseins und Wissens der Mitarbeiter über die Nachhaltigkeitsziele und -aktivitäten des Unternehmens.	2012	Neues Ziel	Ausbau und Intensivierung der Führungskräfte-Kommunikation (Ebene 5 bis Ebene 1) zu Nachhaltigkeitsthemen, speziell zur Nachhaltigkeits-Strategie, zum Nachhaltigkeitsmanagement und zur Bedeutung des Themas innerhalb des Daimler Zielsystems.

DAS NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT BEI DAIMLER

Unser zentrales Managementgremium für Nachhaltigkeit ist das Sustainability Board. Es wurde 2008 auf Beschluss des Vorstands gegründet. Alle nachhaltigkeitsrelevanten Managementprozesse sind hier wirkungsvoll gebündelt. Direkt dem Vorstandsvorsitzenden zugeordnet, koordiniert das Gremium unternehmensweit bedeutende Nachhaltigkeitsinitiativen und unterstützt die operativen Bereiche bei der Umsetzung. Geleitet wird das Sustainability Board von einem Mitglied des Vorstands. Seit 2009 ist dies Dr. Thomas Weber, der im Daimler-Vorstand für Konzernforschung & Mercedes-Benz Cars Entwicklung verantwortlich ist. Dr. Weber hat für das Sustainability Board den Anspruch formuliert, dass Daimler zu den Besten der Branche in Sachen Nachhaltigkeit gehören soll. Unterstützt wird das Board vom Sustainability Office, das die Einbindung relevanter Zentralbereiche, etablierter Gremien sowie wichtiger Entscheidungsträger aus allen Geschäftsfeldern sicherstellt.

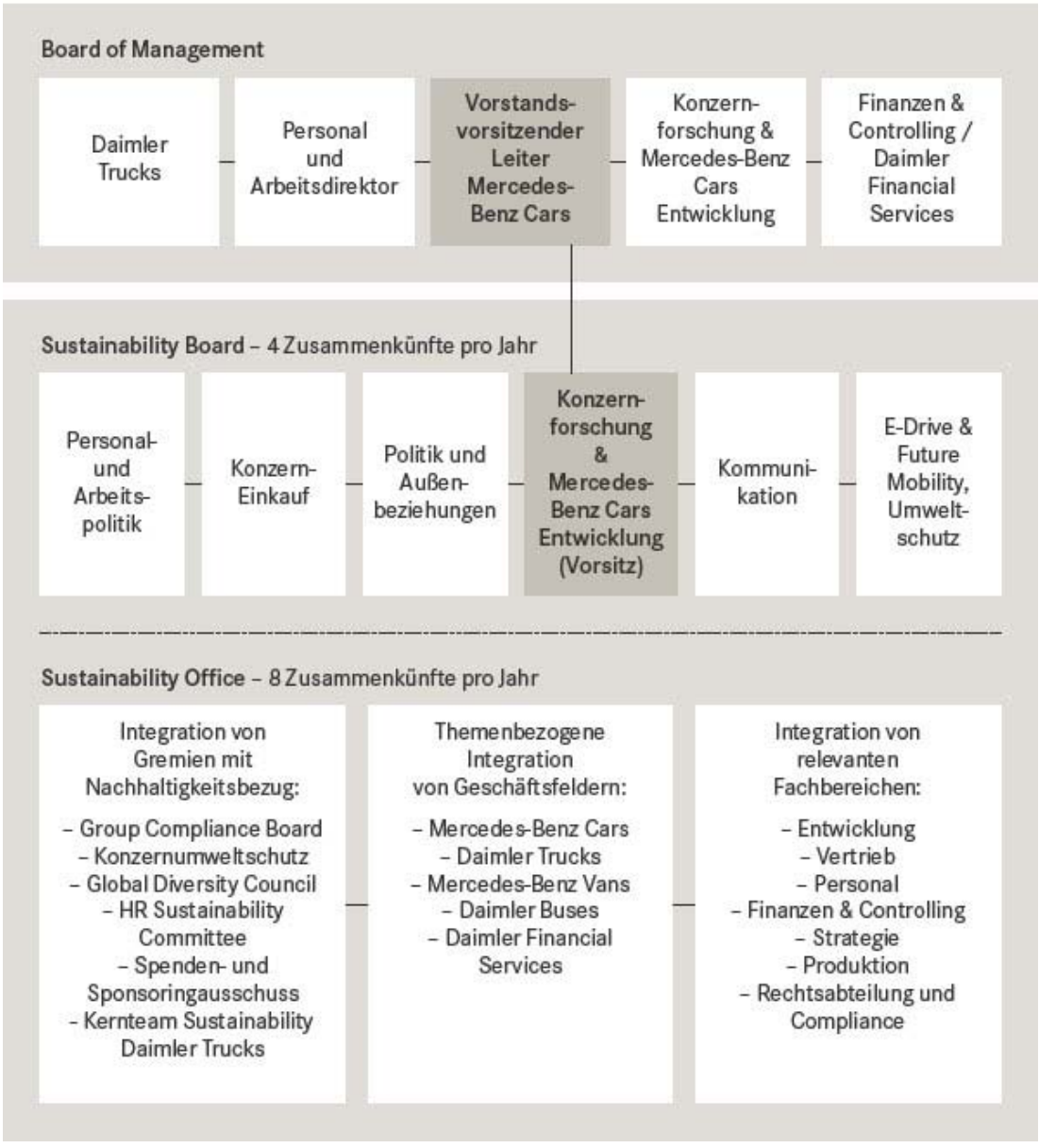
Das Sustainability Board analysiert und bewertet die Nachhaltigkeitsleistung unseres Konzerns, bereitet im Auftrag des Vorstandsvorsitzenden Dr. Dieter Zetsche Entscheidungsvorlagen vor und unterstützt zusammen mit dem Sustainability Office den Vorstand mit „Second Opinions“. Darüber hinaus verantwortet und koordiniert das Board die jährlich stattfindende Veranstaltung „Sustainability Dialogue“.

Zur Strukturierung der inhaltlichen Arbeit haben die Mitglieder des Sustainability Board die thematischen Schwerpunktbereiche des Vorjahres weiterentwickelt und daraus Ziele und Maßnahmen abgeleitet. Zu diesen Schwerpunktthemen gehören der Klimaschutz (CO_2-Senkung), die Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern, Nachhaltigkeit in der Lieferkette, Compliance, Stakeholder-Dialog und Community Relations. Eine wesentliche Herausforderung des Board bleibt es, unser zentrales, konzernweit ausgerichtetes Nachhaltigkeitsengagement mit dem unserer Geschäftsbereiche (bzw. deren Marken) zu verzahnen und abzustimmen.

So haben wir 2010 im Geschäftsbereich Daimler Trucks ein Kernteam etabliert, das aus Vorgaben des Sustainability Board Nachhaltigkeitsinitivativen für den Truckbereich ableitet und weltweit abstimmt. Darüber hinaus haben auch die einzelnen Zentral-Fachbereiche und andere operative Einheiten spezielle Gremien zur Organisation der Nachhaltigkeitsarbeit etabliert.

In unserem Human Resources Sustainability Committee sind die relevanten Personalfunktionen des Konzerns vertreten. Es stellt die ganzheitliche Steuerung und Implementierung von Nachhaltigkeitsthemen für den Personalbereich sowie die Berichterstattung darüber sicher. Dem Gremium steht der Leiter Personal- und Arbeitspolitik vor, der den Personalbereich auf Konzernebene als Mitglied des Corporate Sustainability Board vertritt.

09 Sustainability Governance Structure (Stand: 31.12.2010)



UNSERE CORPORATE-GOVERNANCE-STRUKTUR

Weil Daimler seinen Unternehmenssitz in Deutschland hat, ist der formale Gestaltungsrahmen unserer Corporate Governance durch deutsches Recht gesetzt. Ebenso sind die Kompetenzen der drei Gesellschaftsorgane Hauptversammlung, Vorstand und Aufsichtsrat durch das deutsche Aktienrecht geregelt. Entscheidend ist dabei das duale Führungssystem, das eine strikte Trennung zwischen Leitungs- und Überwachungsorgan (Vorstand und Aufsichtsrat) vorsieht.

Seit Juni 2010 wird die Daimler-Aktie nicht mehr an der New Yorker Börse gehandelt.

UNSERE CORPORATE-GOVERNANCE-STRUKTUR

Weil Daimler seinen Unternehmenssitz in Deutschland hat, ist der formale Gestaltungsrahmen unserer Corporate Governance durch deutsches Recht gesetzt. Ebenso sind die Kompetenzen der drei Gesellschaftsorgane Hauptversammlung, Vorstand und Aufsichtsrat durch das deutsche Aktienrecht geregelt. Entscheidend ist dabei das duale Führungssystem, das eine strikte Trennung zwischen Leitungs- und Überwachungsorgan (Vorstand und Aufsichtsrat) vorsieht.

Seit Juni 2010 wird die Daimler-Aktie nicht mehr an der New Yorker Börse gehandelt.

INTEGRITÄT UND COMPLIANCE

Unter Compliance verstehen wir die Einhaltung aller maßgeblichen Gesetze, Vorschriften und Regelungen sowie der zugehörigen internen Richtlinien. Der Unternehmenswert Integrität bildet das Fundament dafür. Uns ist bewusst, dass sich eine nachhaltige Kultur der Integrität nur etablieren lässt, wenn jeder Einzelne Verantwortung übernimmt und verinnerlicht.

Eine integre Geschäftspraxis und nachhaltiges Wachstum sind eng miteinander verbunden, denn Wertegemeinschaften sind auf Dauer auch Wertschöpfungsgemeinschaften. Deswegen wollen wir weltweit eine Unternehmenskultur schaffen, die nicht nur gesetzlichen Anforderungen, sondern auch höchsten ethischen Ansprüchen genügt. Im dritten Quartal 2010 hat der Aufsichtsrat die Schaffung eines neuen Vorstandsressorts „Integrität und Recht" beschlossen.

Um unsere Mitarbeiter, aber auch Lieferanten und Vertragspartner auf den Unternehmenswert Integrität einzuschwören, haben wir umfangreiche Kommunikations- und Qualifizierungsmaßnahmen begonnen. Außerdem haben wir in unserer Personalarbeit Prozesse verankert, die sicherstellen, dass für alle Beschäftigten klare Regeln gelten.

So machen wir neu eingestellte Mitarbeiter in einem „Welcome Package" mit unseren Verhaltensregeln vertraut. Regelmäßige webbasierte Schulungen stellen sicher, dass alle ihr Wissen darüber kontinuierlich auffrischen. Bei personellen Wechseln gerade in Positionen, die auch Geschäfte in Ländern mit höherem Korruptionsrisiko beinhalten, führen wir vorab Compliance-Checks durch. Gezielte Rotationen und temporäre Einsätze von Beschäftigten in Compliance-Funktionen erhöhen die Wachsamkeit.

Darüber hinaus haben wir Integrität in den Zielvereinbarungen, den Bewertungskriterien für Führungskräfte sowie bei der variablen Vergütung verankert. Dies stellt sicher, dass die Thematik immer präsent ist. Bei Verstößen ziehen wir arbeitsrechtliche Konsequenzen. Von besonderer Bedeutung ist schließlich die intensive interne Kommunikation und regelmäßige Diskussion von Integritätsfragen in Veranstaltungen für Führungskräfte, Mitarbeiter und Geschäftspartner.

Compliance-Risikomanagement. Im Jahr 2010 wurde die systematische Risikobewertung ausgebaut. Alle kontrollierten Gesellschaften und die Zentralbereiche des Daimler-Konzerns wurden hinsichtlich des Risikos aktiver Korruption analysiert und einer Risikoklasse zugeordnet. Maßgeblich für die Risikoeinschätzung sind insbesondere die Geschäftsaktivitäten, das geschäftliche Umfeld sowie die länderspezifische Bewertung im Korruptions-Wahrnehmungs-Index von Transparency International. Zudem wurden in Workshops mit den Leitern der Geschäftsbereiche weitere qualitative Risikoaspekte bewertet. Insgesamt wurde so die konzernweite Transparenz über Korruptionsrisiken nachhaltig verbessert.

Auf Basis der Risikoeinschätzung durchlaufen die Gesellschaften und Zentralbereiche im Anschluss ein an die jeweilige Risikoklasse angepasstes, spezifisches Programm zur Korruptionsprävention. Der Bereich Corporate Compliance Operations (CCO) definiert das jährliche Antikorruptionsprogramm auf Konzernebene und unterstützt dessen Umsetzung weltweit.

Rund 90 lokale Compliance-Manager betreuen unsere mehr als 180 Gesellschaften und Geschäftsbereiche vor Ort. Sie unterstützen das örtliche Management dabei, Antikorruptionsvorschriften einzuhalten und berichten darüber regelmäßig sowohl an die Leitung ihres Geschäftsbereichs als auch an die Konzernzentrale.

In 72 Vertriebsgesellschaften bzw. Geschäftseinheiten haben wir zusätzlich standardisierte Kontrollsysteme eingerichtet, die dazu beitragen, integres und regelkonformes Verhalten sicherzustellen. Die Wirksamkeit der Kontrollen wird jährlich durch die Gesellschaften mit standardisierten Bewertungsverfahren beurteilt und ist auch Gegenstand der Prüfung durch die interne Revision. Um Korruptionsrisiken weiter zu minimieren, wird der bestehende Standardprozess zur Prüfung von Geschäften mit öffentlichen Stellen und regierungsnahen Kunden in Ländern mit erhöhtem Korruptionsrisiko ausgebaut.

Integres Verhalten ist Voraussetzung für vertrauensvolle Partnerschaft und Zusammenarbeit. Von Geschäftspartnern erwarten wir daher uneingeschränkt regelkonformes Verhalten. Wer im Auftrag von Daimler handelt, muss höchsten ethischen Ansprüchen genügen. Um Korruptionsrisiken zu minimieren, führen wir daher bei Geschäftspartnern, die Daimler bei Verkaufsgeschäften unterstützen, eine risikobasierte Integritätsprüfung durch und treffen mit diesen Partnern vertragliche Vereinbarungen, die unsere Erwartungen im Hinblick auf

rechtmäßiges Verhalten deutlich machen.

Compliance ist nicht delegierbar. Führungskräfte tragen als Vorbilder und erste Ansprechpartner für die Mitarbeiter eine besondere Verantwortung für korrektes Verhalten. In Personalentwicklungsprozessen betonen wir daher die Bedeutung von Compliance: Nur diejenigen Mitarbeiter, die sich konsequent an die Regeln halten, können auch mehr Verantwortung übernehmen. Zudem geben wir konkrete Compliance-Ziele für Geschäftsführer, Finanzleiter, Vertriebsleiter und After-Sales-Leiter vor. Darüber hinaus wollen wir die variable Managementvergütung künftig noch stärker an das Compliance-Verhalten knüpfen.

Mit unseren Compliance-Schulungen haben wir 2010 noch mehr Beschäftigte erreicht. Über 111.000 Mitarbeiter nahmen an dem webbasierten Training zur Daimler-Verhaltensrichtlinie teil. Neben dem Thema Korruptionsprävention berücksichtigen wir die Aspekte Umweltschutz, Einhaltung von Menschenrechten, Umgang mit Interessenkonflikten sowie das Auftreten in der Öffentlichkeit. Zudem absolvierten mehr als 21.000 Beschäftigte aus Gesellschaften und Bereichen, die Vertriebsaktivitäten durchführen, das webbasierte Training zur Korruptionsprävention. Ergänzt wurde das Schulungsangebot durch weltweit über 140 Präsenztrainings mit mehr als 3.500 Teilnehmern.

Fragen zur Prävention aktiver Korruption beantwortet der Compliance Consultation Desk. Eine Onlinedatenbank stellt die häufigsten Fragen und Antworten der jahrelangen Compliance-Beratung in strukturierter Form zur Verfügung. Das Business Practices Office nimmt weltweit Hinweise von Mitarbeitern oder Externen über vermutetes Fehlverhalten entgegen. Vertraulichkeit wird gewahrt, Meldungen können auch anonym erfolgen. Der Schutz von Hinweisgebern ist verbindlich geregelt.

Business Practices Office

Das „Business Practices Office“ (BPO) ist die Anlaufstelle für die Entgegennahme, Dokumentation und Bearbeitung von vermutetem Fehlverhalten. Weltweit können hier Beschäftigte und externe Personen über verschiedene Zugangswege vertraulich und auf Wunsch auch anonym Anhaltspunkte für etwaiges Fehlverhalten melden.

Beschäftigte sind gehalten und Führungskräfte sind verpflichtet, Verstöße gegen strafrechtliche Bestimmungen oder gegen die Daimler-Verhaltensrichtlinie zu melden. In diesem Zusammenhang ist auch der Schutz von Hinweisgebern verbindlich geregelt.

In Deutschland verpflichtet seit einigen Jahren die Vereinbarung „Fairer Umgang am Arbeitsplatz“ jeden Beschäftigten zu einem offenen, fairen und respektvollen Umgang. Um gegen unfaires Verhalten wie Mobbing, sexuelle Belästigung und Diskriminierung vorzugehen, wurde deutschlandweit ein standardisierter Beschwerde- und Monitoring-Prozess etabliert.

Aufgrund der Tatsache, dass Beschäftigte unfaire Situationen unterschiedlich wahrnehmen, wird über die Anzahl der Diskriminierungsfälle grundsätzlich nicht berichtet.

Einhaltung wettbewerbsrechtlicher Bestimmungen

Die Maßstäbe von Daimler im Umgang mit Kartellfragen sind in unserer Verhaltensrichtlinie festgelegt. Hier ist formuliert, dass das Unternehmen „die geltenden Kartell- und Handelsgesetze und die entsprechenden Gesetze zur Preisbildung, zum Wettbewerbsrecht und zum Verbraucherschutz“ einhält. Weiter heißt es dort, dass diese Gesetze „den Umgang des Unternehmens mit seinen Wettbewerbern, Lieferanten, Händlern und Kunden“ regeln. „Sie verbieten Absprachen und andere Aktivitäten, die Preise oder Konditionen beeinflussen, Verkaufsgebiete oder Kunden zuteilen oder den freien und offenen Wettbewerb in unzulässiger Weise behindern.“ Beschäftigte, die Fragen zu diesen Gesetzen haben, sind aufgefordert, die Rechtsabteilung zu kontaktieren.

Der Code of Ethics ergänzt die Daimler-Verhaltensrichtlinie, in der die für alle Mitarbeiter geltenden Grundsätze integren Verhaltens im Geschäftsverkehr festgelegt sind, und die für die Mitglieder des Vorstands geltende Geschäftsordnung. Mit der Veröffentlichung des Code of Ethics setzt Daimler verbindliche Vorgaben des Sarbanes-Oxley Act um.

- Verhaltensrichtlinie (PDF, 153 KB)
- Code of Ethics der Daimler AG (PDF, 96 KB)

Datenschutz. Der Datenschutz besitzt einen hohen Stellenwert in der öffentlichen Wahrnehmung. Im Jahr 2010 haben dazu vor allem Internetangebote wie Google Street View und soziale Netzwerke (z.B. Facebook) beigetragen. In diesem Zusammenhang ist ein weitreichender Kulturwandel zu beobachten. In dessen Folge kann inzwischen selbst gesetzeskonformes Verhalten negative Reaktionen hervorrufen, wenn es den veränderten Werten nicht entspricht. Weltweit sind Unternehmen damit heute gefordert, neue gesetzliche Anforderungen zum Datenschutz und zur Informationssicherheit umzusetzen und sich dem fortgesetzten Kulturwandel zu stellen.

Daimler hat für die Verarbeitung von Mitarbeiter-, Kunden- und Partnerdaten verbindliche Datenschutz-rahmenrichtlinien geschaffen, die ein weltweit einheitliches Datenschutzniveau für den Konzern herstellen. Die Richtlinien entsprechen den Anforderungen der Europäischen Datenschutzrichtlinie sowie den Grundprinzipien anderer internationaler und nationaler Datenschutzregelungen. Sie übersetzen die gesetzlichen Anforderungen in die betriebliche Praxis. Für den Umgang mit sozialen Netzwerken müssen neue, angemessene Regelungen gefunden werden. Auch im Zusammenhang mit der elektronischen Ausstattung der Automobile stellen sich zunehmend Datenschutzfragen. Um den Datenschutz in der Fahrzeugentwicklung zu berücksichtigen, haben wir 2010 wichtige Schritte umgesetzt.

Die Zahl der Anfragen und Beschwerden ist im Verhältnis zur Zahl der Betroffenen gering. Die 2009 bekannt gewordenen Vorfälle hat der Konzern 2010 aufgearbeitet und Prozesse angepasst, um solche Ereignisse künftig zu verhindern. Wir nehmen sie aber als Indikator für mögliche Risiken für das Unternehmen ernst und verbessern immer wieder Abläufe.

Das Unternehmen muss den Rahmen schaffen, damit jeder einzelne Beschäftigte die Datenschutzanforderungen erfüllen kann. Datenschutz ist heute nicht nur eine Führungsaufgabe, sondern eine Herausforderung für fast jeden Mitarbeiter. Weil wir uns der Unternehmensrisiken bewusst sind, die aus tatsächlichen oder vermeintlichen Datenschutzverstößen erwachsen können, legen wir Wert auf eine strikte Anwendung unserer Datenschutzrichtlinien. Unterstützt von einem weltweiten Netz lokaler Datenschutzkoordinatoren stellt der Konzernbeauftragte für den Datenschutz sicher, dass die Richtlinien beachtet werden. Um die Sensibilität für den Datenschutz im Unternehmen weiter zu erhöhen und die Risiken im Umgang mit personenbezogenen Daten besser zu erkennen, weiten wir darüber hinaus die Sensibilisierungs- und Informationsmaßnahmen im Konzern aus.

RISIKOMANAGEMENTSYSTEM

Mit unternehmerischem Handeln im globalen Maßstab sind untrennbar eine Vielzahl von Risiken verbunden. Ihnen sind auch unsere international tätigen Geschäftsfelder ausgesetzt. Um bestehende Risiken frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und konsequent anzugehen, haben wir Steuerungs- und Kontrollsysteme etabliert. Sie sind – auch im Sinne der Erfüllung gesetzlicher Vorschriften – zu einem einheitlichen und konzernweiten Risikomanagementsystem zusammengefasst. Wesentliche Risikokategorien sind volkswirtschaftliche Risiken, Branchenrisiken (inklusive ökologischer und gesellschaftlicher Risiken), Finanzmarktrisiken, Compliance-Risiken sowie Reputationsrisiken.

Unser Risikomanagementsystem ist integraler Bestandteil des gesamten Planungs-, Steuerungs- und Berichterstattungsprozesses in den relevanten rechtlichen Einheiten und Zentralfunktionen. Aktives Risikomanagement heißt für uns, Risiken frühzeitig zu erkennen, sie in ihrer Bedeutung zu bewerten und konsequent anzugehen. Grundlage hierfür ist ein Risikomanagementhandbuch, das den methodischen und prozessualen Rahmen des Risikomanagements innerhalb des Daimler-Konzerns detailliert beschreibt.

Erkennen und bewerten. Risiken zu identifizieren und bezüglich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenshöhe zu bewerten, ist eine wesentliche Aufgabe aller am Risikomanagementprozess beteiligten Bereiche. Wichtige Risikokategorien sind zum Beispiel:

- volkswirtschaftliche und gesellschaftliche/politische Risiken (etwa Risiken hinsichtlich der konjunkturellen Entwicklung in den Kernmärkten oder der Entwicklung von Rohstoffpreisen);
- branchen- und unternehmensspezifische Risiken in den Bereichen Entwicklung, Einkauf, Produktion, Vertrieb sowie damit verbundene rechtliche Risiken (etwa Risiken für die Produktqualität, Risiken aus politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen wie zum Beispiel der Umweltgesetzgebung, Risiken aus unvorhergesehenen Ereignissen, Umweltrisiken in Verbindung mit Produkten oder der Produktion, Risiken aus Rechtsverfahren);
- Finanzmarktrisiken (einschließlich Marktrisiken durch Veränderungen von Wechselkursen, Zinssätzen und Aktienkursen);
- Compliance-Risiken, also Risiken aus dem Verstoß gegen bestehende Vorschriften (etwa Risiken aus Insiderhandel, aus Verletzung der Arbeitsschutzpflichten, Verletzung der Sorgfaltspflicht für Daten und IT-Sicherheit, Korruption, Untreue).

Darüber hinaus werden sogenannte Reputationsrisiken, die zu Schäden des Ansehens des Konzerns führen könnten, untersucht und qualitativ bewertet.

Maßnahmen ergreifen. Aufgabe der Verantwortlichen innerhalb der relevanten rechtlichen Einheiten und Zentralfunktionen ist es, Maßnahmen zur Risikovermeidung, -reduzierung und -absicherung zu entwickeln, zu initiieren und im Rahmen von regelmäßigen Controllingprozessen zu überwachen. Dazu zählt zum Beispiel auch die systematische Integration der Umweltvorsorge in den gesamten Lebenszyklus unserer Fahrzeuge, von der Entwicklung über die Produktion bis zum Recycling. Ziel ist es, das Risikobewusstsein auf sämtlichen Ebenen des Unternehmens zu steigern und für den Umgang mit Risiken zu sensibilisieren. Das gilt etwa in Bezug auf die Berichterstattung in der Öffentlichkeit, die interne Kommunikation und das Verhalten in Entscheidungsprozessen.

Organisation und Verantwortung. Ein Group Risk Management Committee (GRMC) koordiniert die verschiedenen Initiativen, die sich mit Risikomanagement auch im weiteren Sinne beschäftigen, prüft die Wirksamkeit und Funktionsfähigkeit der eingesetzten Prozesse und initiiert gegebenenfalls notwendige Anpassungen. Das GRMC hat zudem eine Informationsplattform geschaffen, die einen Überblick über wesentliche Risiken gewährt, die Risikoidentifikation erleichtert und dem Austausch dient.

Aufgaben der Konzernrevision. Das Risikomanagementsystem hilft dem Vorstand, wesentliche Risiken frühzeitig zu erkennen und gegenzusteuern. Die Konzernrevision unterstützt den Vorstand bei der Überwachung der verschiedenen Funktionen und Geschäftsfelder unseres Unternehmens. Das integrierte Risikofrüherkennungssystem, der Aufbau und die Umsetzung des Risikomanagements werden von der Konzernrevision wie auch von unseren Konzernabschlussprüfern kontrolliert. Durch risikoorientierte Prüfungen trägt die Konzernrevision zu effektiven und effizienten Unternehmensabläufen und zur Verbesserung der Managementqualität bei. Im Rahmen ihrer Prüfungstätigkeit informiert die Konzernrevision den Vorstand, den Prüfungsausschuss und die Konzernabschlussprüfer über ihre Feststellungen, über Verbesserungsvorschläge und deren Grad der Umsetzung. Darüber hinaus verwendet die Konzernrevision die Ergebnisse aus dem Risikomanagementreporting der Daimler AG für die risikoorientierte Prüfungsplanung (Risk Assessment).

UMWELTMANAGEMENT

Wir setzen auf einen vorsorgenden Umweltschutz, der alle Stufen der Fahrzeugproduktion ebenso wie den gesamten Produktlebenszyklus – von der Entwicklung bis zum Recycling – systematisch einbezieht. Diese Grundsätze haben wir in unseren Umweltleitlinien formuliert, die konzernweit gelten:

- Wir stellen uns den Anforderungen des Umweltschutzes von morgen, indem wir ständig an der Verbesserung der Umweltbilanz unserer Produkte und Produktion arbeiten.
- Wir entwickeln Produkte, die in ihrem jeweiligen Marktsegment besonders umweltverträglich sind.
- Wir gestalten alle Stufen der Produktion möglichst umweltverträglich.
- Wir bieten unseren Kunden umweltorientierten Service und umweltorientierte Information.
- Wir streben weltweit eine vorbildliche Umweltbilanz an.
- Wir informieren unsere Mitarbeiter und die Öffentlichkeit umfassend über Umweltschutz.

Um unsere Umweltziele zu erreichen und gezielt Verbesserungen anzugehen, haben wir klare Strukturen, Prozesse und Verantwortlichkeiten geschaffen.

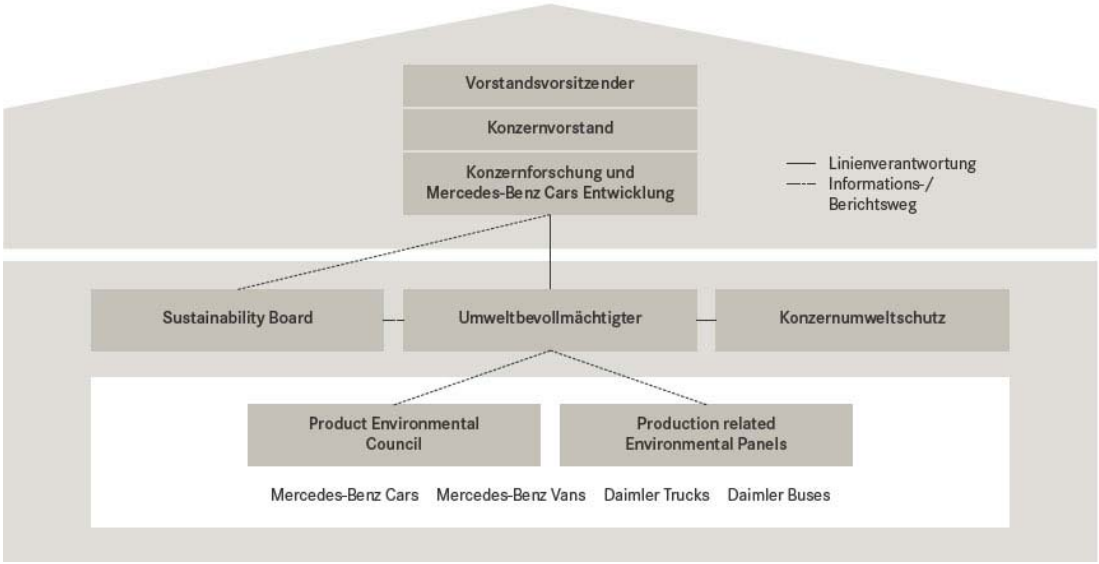
Ausführliche Umweltleitlinie

Ausführliche Umweltleitlinien des Konzerns (PDF, 153 KB)

Unsere Umweltorganisation. Im Auftrag des Daimler-Vorstands vertritt der Vorstand Konzernforschung & Mercedes-Benz Cars Entwicklung die Umweltschutzanliegen des Konzerns. Daneben sorgen vier Funktionen bzw. Organisationseinheiten für eine zentrale Steuerung sowie eine bereichsübergreifende Vernetzung und Kommunikation der Umweltbelange:

- Für die konzernweite Koordination des Umweltmanagements und als Beauftragter des Vorstands ist ein Konzern-Umweltbevollmächtigter bestellt. Er berät auch die Unternehmensleitung in Umweltfragen.
- Der Konzernumweltschutz koordiniert die operativen Belange des konzernweiten Umweltmanagements. Dazu gehören die Analyse und Umsetzung gesetzlicher Anforderungen, die Definition und Weiterentwicklung von Umweltstandards, die Sicherstellung der Umweltberichterstattung und das produktionsbezogene Umweltschutz-Risikomanagement.
- Der „Corporate Environmental Council“ setzt sich zusammen aus Verantwortlichen für umweltgerechte Produktgestaltung, den Umweltmanagementbeauftragten der Geschäftsfelder und Vertretern der Bereiche Corporate Strategy und Kommunikation. In diesem Gremium werden Umweltschutzthemen auf ihre Konzernrelevanz hin analysiert und abgestimmt und geschäftsfeld- bzw. geschäftsbereichsübergreifende Umweltschutzaufgaben und Projekte initiiert und koordiniert.
- Die Steuerung produktionsbezogener Umweltschutzthemen übernehmen in Abstimmung mit dem Konzernumweltschutz und dem Konzern-Umweltbevollmächtigten verschiedene regionale Gremien.

10 **Konzernorganisation Umweltschutz**



Umweltmanagement in der Produktion. Die Zertifizierung unserer weltweiten Standorte nach der internationalen Norm ISO 14001 sowie die zusätzliche Validierung der deutschen Standorte nach der EU-Umweltauditverordnung EMAS sind wichtige Elemente in unserem konzernweiten Umweltmanagementsystem. Die Wirksamkeit des Systems lassen wir regelmäßig durch interne und externe Audits überprüfen. Um Umweltschutzaufgaben noch stärker in die Abläufe der Bereiche zu integrieren, arbeiten wir zudem an einer Zusammenführung der Managementsysteme für Qualität, Umweltschutz und Arbeitssicherheit. Weltweit sind heute mehr als 98 Prozent unserer Beschäftigten in einem Werk mit zertifiziertem Umweltmanagementsystem tätig.

Außerdem nutzen wir die Standort-Umweltrisikobeurteilung, um Umweltrisiken nach weltweit einheitlichen Maßstäben regelmäßig zu ermitteln, sie zu verringern und so den vorsorgenden Umweltschutz weiterzuentwickeln. Dazu werden das Umweltmanagementsystem und alle umweltrelevanten Vorgänge, wie Emissionen in die Luft, die Abwasserentsorgung, das Abfallmanagement und der Umgang mit Gefahrstoffen, Boden- und Grundwasserkontaminationen, systematisch unter die Lupe genommen. Die Beseitigung festgestellter Umweltrisiken ist Bestandteil der Zielvereinbarung zwischen Vorstand und Werksleitungen.

Umweltmanagement in der Produktentwicklung. Im standardisierten Prozess der Fahrzeugentwicklung sind das Fahrzeuglastenheft und die Quality Gates (Meilensteine im Entwicklungsprozess) die wichtigsten Eckpunkte. Umwelteinwirkungen und -anforderungen unserer Fahrzeuge (Verbrauch, Emissionen, Ökobilanzen sowie Material- und Recyclinganforderungen) sind integrale Elemente des Lastenhefts und während des gesamten Produktentstehungsprozesses im Blick.

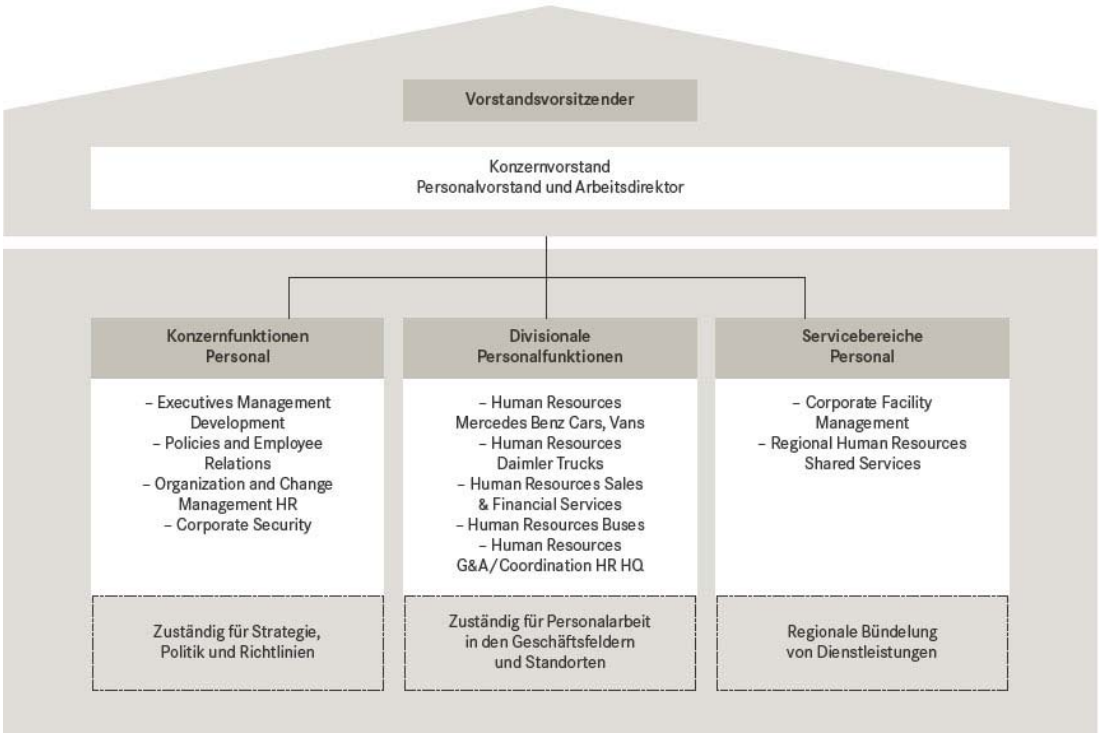
Mercedes-Benz Cars erfüllt über die Vorgaben von ISO 14001 und EMAS hinaus bei der Produktentwicklung alle Anforderungen der internationalen Umweltnorm ISO TR 14062 und die erweiterten Kriterien der TÜV Management Service GmbH.

Umweltbildung. Wir können den Umweltschutz im Unternehmen nur erfolgreich voranbringen, wenn alle Beschäftigten diesen Anspruch mittragen. Deshalb organisieren wir für Mitarbeiter und Führungskräfte Schulungsprogramme zu praktischen Themen des betrieblichen Umweltschutzes und Fragen der Umweltverantwortung. Außerdem schulen wir unsere Auditoren, die die Umweltmanagementsysteme unserer Werke überprüfen, sowie die Lieferanten-Auditoren. „Refresher-Kurse“ bieten darüber hinaus Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch.

PERSONALMANAGEMENT

Das Ressort Personal ist für alle Funktionen und Prozesse der Personalarbeit weltweit zuständig. Der Personalvorstand, der gleichzeitig auch Arbeitsdirektor für den Konzern ist, verantwortet die Personalarbeit des Unternehmens. Das Personalressort hat seine Aufgaben in drei Bereiche gegliedert: in Konzernfunktionen, die für die Personalstrategie, -politik und -richtlinien im Konzern zuständig sind, in divisional ausgerichtete Personalfunktionen, die die Personalarbeit in den Geschäftsfeldern und an den Standorten verantworten und für die Umsetzung der Personalstrategie zuständig sind sowie in Servicebereiche, die regional gebündelte Dienstleistungen des Personalbereichs erbringen.

11 Managementansatz HR – integrierte Personalfunktionen


Vorstandsvorsitzender
Konzernvorstand
Personalvorstand und Arbeitsdirektor
Konzernfunktionen Personal
– Executives Management Development
– Policies and Employee Relations
– Organization and Change Management HR
– Corporate Security
Zuständig für Strategie, Politik und Richtlinien
Divisionale Personalfunktionen
– Human Resources Mercedes Benz Cars, Vans
– Human Resources Daimler Trucks
– Human Resources Sales & Financial Services
– Human Resources Buses
– Human Resources G&A/Coordination HR HQ
Zuständig für Personalarbeit in den Geschäftsfeldern und Standorten
Servicebereiche Personal
– Corporate Facility Management
– Regional Human Resources Shared Services
Regionale Bündelung von Dienstleistungen

Unsere Strategie. Daimler verfolgt eine globale, an den Unternehmenszielen sowie am Leitbild der Nachhaltigkeit orientierte Personalstrategie, die auf fünf Säulen aufbaut: Profitabilität, wettbewerbsfähige Belegschaft, zukunftsweisende Führungskompetenz, hohe Attraktivität als Arbeitgeber und eine professionelle Organisation. Auch andere bereichsspezifische Nachhaltigkeitsziele etwa zur Förderung der Chancengleichheit oder zum Umgang mit dem demografischen Wandel sind in unserer Strategie hinterlegt. Die Umsetzung erfolgt über die Kaskadierung der strategischen Ziele im Rahmen des jährlichen Zielvereinbarungsprozesses.

Unsere Erfolgskennzahlen. Als wesentliches Steuerungsinstrument setzen wir eine „Global Human Resources Scorecard“ ein, die auf das Zielsystem des Gesamtunternehmens abgestimmt ist. Durch Erfolgsfaktoren und derzeit 17 zugeordnete Messgrößen, die „Key Performance Indicators“ (KPIs), lassen sich gezielt globale Human-Resources-Kennzahlen erheben. So machen wir Personalprozesse und -maßnahmen im Konzern und den Divisionen auch in Bezug auf den Nachhaltigkeitserfolg messbar. Das schafft Transparenz, zudem werden durch ein Best-Practice-Sharing Impulse für eine stetige Verbesserung gegeben. Zu den KPIs gehören etwa der Mitarbeiter-Commitment- und Qualifikationsindex und die Anzahl von Frauen im Management.

Global Human Resources Scorecard – Erfolgsfaktoren und Key Performance Indicators (KPIs)

Profitabilität	Wettbewerbsfähige Belegschaft	Führungskompetenz	Attraktiver Arbeitgeber	Professionelle Personalarbeit
Arbeitskosten	Anwesenheit	Mitarbeiterzufriedenheit		HR-Kundenzufriedenheit
Arbeitskosten pro Stunde	Krankenquote	Führungskräfte-/Mitarbeiter-Commitment-Index		HR-Kundenzufriedenheitsindex
Flexibiltät	Demografische Struktur	Führungskräftepotenzial	Arbeitgeberimage	HR-Services und -Instrumente
Arbeitskräfte- und Arbeitszeitflexibilität	Altersstruktur	Quantitative Potenzialträgerdecke Qualifikations-Index Führungskräfte	Arbeitgeber-Ranking CSR-Nachhaltigkeit	Umsetzungsgrad globaler HR-Prozesse
Global Footprint	Qualifikation	Diversity	Fluktuation	
Belegschaft im Ausland Umsatz im Ausland	Qualifikations-Index Mitarbeiter	Anzahl Frauen in Managementfunktionen	Fluktuationsquote Externe Eintritte	

Erfolgsfaktoren ☐ Key Performance Indicators

MANAGEMENT VON KUNDENBEZIEHUNGEN

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist vorrangiges Unternehmensziel. Dies gilt für alle unsere Produkte, im Verkauf und Service und bei allen begleitenden Dienstleistungen wie Finanzierungen und Versicherungen. Handlungsleitend ist für uns deswegen die Wertschätzung unserer Kunden: Wir wollen ihnen mit Offenheit und einem genauen Gespür für ihre Wünsche und Vorstellungen begegnen. Das ist auch deswegen entscheidend, weil wir wissen, dass die Erwartungen unserer Kunden sehr unterschiedlich sind – sowohl individuell als auch regional und je nach Produktgruppe.

Alle unsere Geschäftsbereiche haben daher im Rahmen ihres Customer-Relationship-Management (CRM) maßgeschneiderte, auf Bedürfnisse ihrer Kunden hin zugeschnittene Strategien und Programme entwickelt. Sie beinhalten zum Beispiel praxisnahe Leitlinien und Empfehlungen für den Umgang mit den Kunden am Verkaufsort sowie gezielte Trainingsprogramme für die Mitarbeiter im Kundenkontakt.

Wir messen die Zufriedenheit unserer Kunden regelmäßig in internen Studien, die auf Händlerebene angesiedelt sind, sowie durch externe Messungen, die unsere Position im Wettbewerb auf nationaler Ebene ausweisen. Die Ergebnisse zeigen uns, wo wir in den Augen unserer Kunden noch besser werden können und worauf unsere Kunden besonderen Wert legen.

Dazu zählen neben der Produkt- und Servicequalität auch Verbraucherschutzthemen, etwa die Handhabung von Reklamationen und der Umgang mit persönlichen Daten. Diese Themen sind daher für uns ebenfalls wichtige Handlungsfelder der Kundenzufriedenheit. Für die Berücksichtigung besonderer Kundenbedürfnisse, wie die von Menschen mit eingeschränkter Mobilität, greifen wir auf spezielle Befragungen und Stakeholder-Gespräche zurück.

MANAGEMENT DES POLITISCHEN DIALOGS

Die Abteilung „Politik und Außenbeziehungen“ in Stuttgart ist unsere zentrale Koordinierungsstelle für den Dialog mit der Politik. Sie verfügt über Außenbüros in Berlin, Brüssel, Moskau, Peking, Tokio und Washington sowie in über 30 weiteren Daimler-Konzernrepräsentanzen in wichtigen Märkten. Wir legen Wert auf eine einheitliche Kommunikation mit politischen Entscheidungsträgern. Sie muss geltenden rechtlichen Vorschriften folgen und unsere Maßstäbe für ein verantwortungsbewusstes Lobbying einhalten. Die Interessen unseres Unternehmens in ethisch einwandfreier Weise wahrzunehmen und dabei die Interessen unserer Stakeholder zu achten ist hierbei oberste Maxime. Dazu zählt auch die Neutralität im Umgang mit politischen Parteien und Interessenvertretungen. So pflegen wir mit allen Fraktionen demokratischer Parteien gleichermaßen Gespräche, setzen aber in den letzten drei Monaten vor Wahlen keine öffentlichkeitswirksamen Termine mit Politikern mehr an. Bei Zuwendungen an politische Parteien halten wir uns strikt an die Gesetze sowie an die 2006 eingeführte unternehmensinterne Bestimmung, dass Parteispenden vom Bereich Politik und Außenbeziehungen zu prüfen und vom Vorstand zu genehmigen sind.

Themenschwerpunkte

Auf der Agenda unserer Dialogaktivitäten stehen unter anderem umwelt- und verkehrspolitische sowie wirtschaftspolitische Themen (Wettbewerb, internationale Handels- und Investitionsfragen, Schutz geistigen Eigentums). Dazu kommen Fragen, die die Umsetzung technischer Innovationen, die Fahrzeugsicherheit und die Förderung wirtschaftlicher Entwicklung betreffen.

Ein spezielles Augenmerk im politischen Dialog legen wir aktuell auf die Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Erneuerungsprozessen im Sinne von Nachhaltigkeit. Denn von politischen Weichenstellungen, die hier getroffen werden, ist im Kern auch die längerfristige strategische Ausrichtung unseres Unternehmens berührt, z. B. im Bereich von Emissions- und Sicherheitsvorschriften. Um für uns mehr Planungssicherheit zu schaffen und unsere Ideen in diese Veränderungsprozesse einzubringen, platzieren wir gezielt Themen wie neue Mobilitätskonzepte, Elektromobilität oder Leichtbau bei den Entscheidungsträgern, die für die industriepolitische und infrastrukturelle Umsetzung verantwortlich sind. In diesem Kontext ist auch Daimlers Mitwirkung bei der BDI-Klimainitiative zu sehen, wo das Unternehmen im Oktober 2010 (wie inhaltlich im Vorfeld der Weltklimakonferenz COP16 in Cancun) an der ESMT in Berlin eine „Klima-Akademie“ durchgeführt hat.

Auch Themen, die in Zusammenhang mit integrem Geschäftsgebahren stehen, haben im politischen Dialog an Bedeutung gewonnen. Die Erörterung dieser Themenstellungen in regionalen und überregionalen Verbänden (wie dem europäischen Automobilverband ACEA, der US-amerikanischen Alliance of Automotive Manufacturers AAM oder dem Verband der Deutschen Automobilindustrie VDA), in Initiativen (wie der „Initiative Wirtschaft und Klimaschutz“ des Bundesverbandes der Deutschen Industrie BDI), in Thinktanks sowie Industrie- und Handelskammern ist diesem Prozess in der Regel vorgelagert. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass Ergebnisse erzielt werden, die nicht singuläre Unternehmensinteressen vertreten, sondern der gesamten Gesellschaft zugute kommen und im übergeordneten Kontext der Ordnungspolitik stehen.

Auch Themen, die in Zusammenhang mit integrem Geschäftsgebahren stehen, haben im politischen Dialog an Bedeutung gewonnen. Die Erörterung dieser Themenstellungen in regionalen und überregionalen Verbänden (wie dem europäischen Automobilverband ACEA, der US-amerikanischen Alliance of Automotive Manufacturers AAM oder dem Verband der Deutschen Automobilindustrie VDA), in Initiativen (wie der „Initiative Wirtschaft und Klimaschutz“ des Bundesverbandes der Deutschen Industrie BDI), in Thinktanks sowie Industrie- und Handelskammern ist diesem Prozess in der Regel vorgelagert. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass Ergebnisse erzielt werden, die nicht singuläre Unternehmensinteressen

vertreten, sondern der gesamten Gesellschaft zugute kommen und im übergeordneten Kontext der Ordnungspolitik stehen.

Neben fahrzeugspezifischen Fragen setzt Daimler darüber hinaus bewusst auch gesellschaftliche Nachhaltigkeitsthemen auf die Agenda von Gremien, in denen wir aktiv sind. Beispiel hierfür sind:

- Ein VDA-Ausschuss diskutiert auf Daimler-Initiative – als ein Ergebnis aus dem Stakeholder Dialogue 2009 – gemeinsame Engagements der Mitgliedsfirmen zu Menschenrechten.
- Ebenso mit Menschenrechten beschäftigt sich eine Initiative von Econsense, in der wir aktiv mitwirken.
- In der internationalen Handelskammer (ICC) sind wir Mitglied der „Commission on Business Responsibility and Anti-Corruption“, wobei ein Schwerpunkt unseres Engagements eine Initiative für vergleichbare und pragmatisch handhabbare Nachhaltigkeitsstandards im B2B-Geschäft ist.

Über den nationalen politischen Dialog hinaus wollen wir auch zur Förderung der internationalen, insbesondere der transatlantischen Zusammenarbeit beitragen. Seit 2006 sind wir Partner des Brüsseler Forums des German Marshall Fund – einer Veranstaltungsreihe für Führungseliten aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Außerdem fördern wir zahlreiche renommierte Thinktanks wie die Brookings Institution und das Zentrum für transatlantische Beziehungen (beide in Washington) und die Stiftung Wissenschaft und Politik (Berlin).

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Der Einkauf des Daimler-Konzerns besteht aus den drei Einkaufsbereichen „Procurement Mercedes-Benz Cars and Vans“, „Procurement Daimler Trucks and Buses“ sowie „Einkauf Nichtproduktionsmaterial – International Procurement Services“ und ist an über 50 Standorten weltweit vertreten. Ziel des Einkaufs ist es, ein weltweit effektives Lieferantennetzwerk zu schaffen und damit zum Unternehmenserfolg von Daimler beizutragen.

Erfolgreiche Pilottrainings zur Nachhaltigkeit in der Lieferkette

Im Mai 2010 haben wir gemeinsam mit Ford, General Motors, Renault und Toyota erstmals Pilottrainings zu Nachhaltigkeit für Lieferanten in der Türkei angeboten. Organisiert wurden die Schulungen von der Automotive Industry Action Group (AIAG), einem amerikanischer Verband für Standardisierungsaktivitäten in der Automobilindustrie. Die gemeinsame Ausrichtung für verschiedene Hersteller und Zulieferer ist effizienter und zeigt den Lieferanten, welche große Bedeutung die Hersteller dem Thema beimessen.

Schwerpunkte der Schulungen in der Türkei waren Arbeitsbedingungen sowie Umweltstandards und die damit verbundenen Anforderungen an die Managementsysteme. Ein einheimischer Anwalt informierte über landesrechtliche Bestimmungen. Etwa 140 Lieferanten nahmen teil, darunter 13 Zulieferer des Daimler-Konzerns aus den Einkaufsbereichen Nutzfahrzeuge (PTB) sowie Nicht-Produktionsmaterial und Dienstleistungen (IPS). „Das Interesse der Teilnehmer war sehr groß, die Resonanz durchweg positiv“, resümiert Celil Kayserilioglu, Leiter Einkauf Trucks & Buses Türkei.

Alle Lieferanten waren sich einig, dass sich die Ergebnisse des Trainings im operativen Geschäft ihrer Unternehmen und Zulieferer niederschlagen werden – dadurch erreicht das Thema Nachhaltigkeit auch kleinere Firmen in der Lieferkette. Die Mehrheit der Teilnehmer sprach sich sogar für regelmäßige Schulungen aus, um nachhaltiges Handeln gemeinsam voranzubringen. Aufgrund der erfolgreichen Türkei-Initiative hat Daimler gemeinsam mit anderen Automobilherstellern im Herbst 2010 weitere Pilottrainings in Brasilien angeboten. Unter den rund 500 teilnehmenden Firmen waren etwa 40 Lieferanten von Mercedes-Benz. Ab 2011 wollen wir die Schulungen gezielt für Lieferanten in Risikoländern einsetzen.

Unsere Standards und Anforderungen

Wir streben eine nachhaltige und effiziente Zusammenarbeit mit unseren Zulieferern an, in der Einvernehmen über genseitige Erwartungen und Verpflichtungen herrscht. Dazu zählen für uns:

- klar definierte Leistungskriterien (Qualität, Technologie, Kosten, Liefertreue),
- die Werte Fairness, Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit,
- Nachhaltigkeitsstandards, die wir in einer eigenen Lieferantenrichtlinie formuliert haben.

Unter dem Motto „Commitment to Excellence“ definiert das Daimler Supplier Network (DSN) die Geschäftsphilosophie des Daimler-Einkaufs. Seine Prinzipien sind Leistung und Partnerschaft: Lieferantenleistungen werden mithilfe der External Balanced Scorecard nach Qualität, Technologie, Kosten und Liefertreue gemessen. Zum Prinzip Partnerschaft zählen wir Fairness, Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit.

Nachhaltigkeit als Grundsatz. Unsere Erwartungen in Bezug auf ökologische, soziale und geschäftsethische Anforderungen haben wir in der „Richtlinie zur Nachhaltigkeit für Lieferanten“ formuliert. Seit Ende 2010 ist sie verbindlicher Bestandteil der Mercedes-Benz Special Terms und der Allgemeinen Einkaufsbedingungen, die für einen Großteil unserer Lieferanten gelten. Weitere Vertragswerke werden weltweit sukzessive angepasst. Schulungen zu Nachhaltigkeit und Compliance gehören zum verbindlichen Programm für neue Mitarbeiter.

Die Daimler-Richtlinie zur Nachhaltigkeit für Lieferanten

Wir wollen gemeinsam mit unseren Lieferanten sicherstellen, dass entlang der gesamten Zulieferkette Nachhaltigkeitsstandards beachtet werden. Daher haben wir in unserer Richtlinie zur Nachhaltigkeit die Anforderungen an ein nachhaltiges Geschäftsverhalten unserer Lieferanten formuliert. Die Richtlinie orientiert sich an internationalen Standards wie dem United Nations Global Compact und ergänzt bestehende Daimler-Regelwerke wie die Verhaltensrichtlinie, die Grundsätze zur sozialen Verantwortung und die Umweltleitlinien des Konzerns.

Seit Ende 2010 ist die Richtlinie zur Nachhaltigkeit verbindlicher Bestandteil der Mercedes-Benz Special Terms und der Allgemeinen Einkaufsbedingungen, die für einen Großteil unserer Lieferanten gelten. Weitere Vertragswerke werden weltweit sukzessive angepasst.

Zentrale Anforderungen der Richtlinie:

Arbeitsbedingungen/Personal

Daimler bekennt sich zur Einhaltung der Menschenrechte und setzt sich hierfür aktiv ein. Wo es uns möglich ist, unterstützen wir deren Verbreitung auch bei unseren Lieferanten. Bei der Verfolgung konkreter Verdachtsfälle zu Menschenrechtsverletzungen innerhalb unserer Zulieferkette arbeiten wir eng mit unserer Weltarbeitnehmervertretung zusammen. Im Rahmen eines gemeinsam definierten Prozesses ist die strukturierte Nachverfolgung der Verdachtsfälle sichergestellt.

Umweltstandards

Unser Anspruch, möglichst umweltverträglich zu produzieren, reicht über unsere eigenen Werksgrenzen hinaus: Wir achten auch bei den Materialien und Bauteilen, die wir von Zulieferern beziehen, auf eine umweltschonende Produktionsweise. Die Kriterien zur Materialauswahl und zu Recyclinganforderungen haben wir in den Mercedes-Benz Special Terms verankert. Zu diesen Themen stehen wir im ständigen Austausch mit unseren Lieferanten. Unsere Zulieferer erfüllen die ISO-Norm 14001 oder können einen vergleichbaren Standard vorweisen.

Integrität

Eine konsequente Bekämpfung von Korruption ist uns äußerst wichtig. Unsere Daimler-Verhaltensrichtlinie haben wir an alle unsere Geschäftspartner kommuniziert. Außerdem ist das Thema Integrität und Compliance integraler Bestandteil unserer Schulungen für neue Einkaufsmitarbeiter. Ein vermutetes Fehlverhalten können unsere Mitarbeiter und Lieferanten an das zentrale Business Practices Office (BPO) melden, auf Wunsch auch anonym. Diskriminierung, beispielsweise aufgrund von Hautfarbe, Geschlecht, Religion, Alter oder politischer Überzeugung, ist in jeglicher Form unzulässig.

Download der Daimler-Richtlinie zur Nachhaltigkeit für Lieferanten: PDF, 108 KB

Daimler Lieferantenportal

Die konsequente Anwendung von Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferkette hat eine hohe Bedeutung nicht zuletzt für unsere Unternehmensreputation. Deswegen ist sie ein Thema, zu dem wir uns auch mit unseren Stakeholdern intensiv austauschen, etwa beim Daimler „Sustainability Dialogue“. Außerdem stehen wir mit unseren Wettbewerbern im Gespräch, um gemeinsam einheitlichere Standards voranzubringen (vgl. dazu die Vertiefung).

Umsetzung und Monitoring

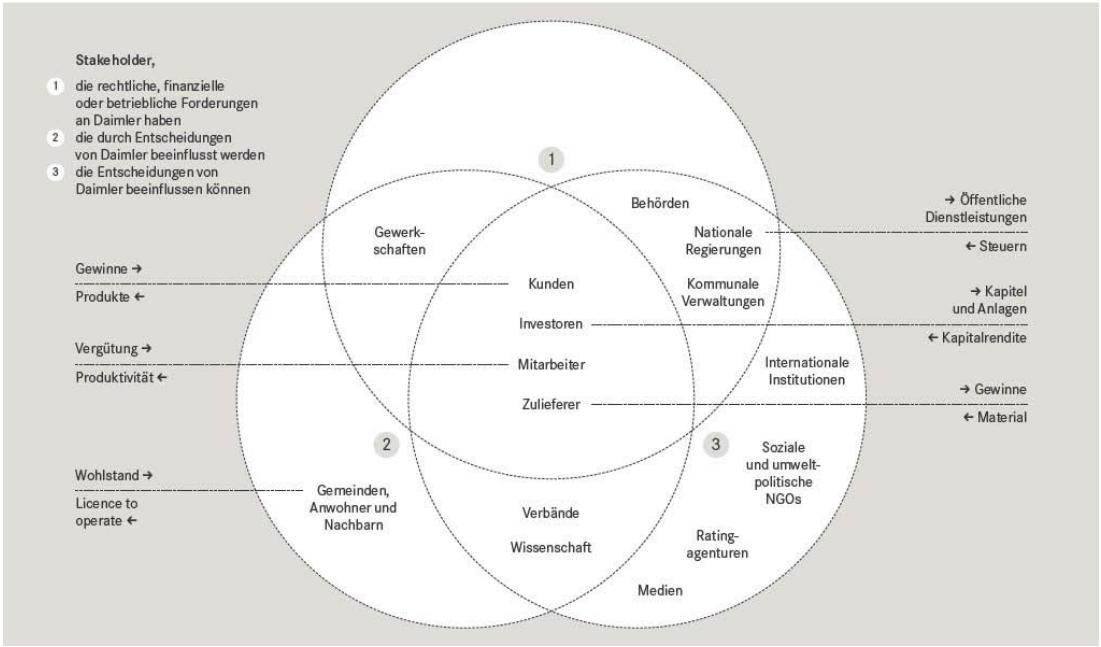
Wir setzen verschiedene Instrumente ein, um die Umsetzung unserer Anforderungen zu unterstützen und zu prüfen. Dazu zählen Schulungen, Dialog- und Kommunikationsmaßnahmen. 2010 haben wir als Pilotprojekte Lieferanten-Selbstauskünfte (Self-Assessments) sowie Lieferanten-Trainings zur Nachhaltigkeit auf den Weg gebracht (siehe Vertiefung). Beide Maßnahmen haben sich bewährt und werden 2011 als Standardinstrumente eingeführt. Damit wir unsere Lieferanten gezielt auf die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards hin überprüfen und schulen können, haben wir eine Risikoanalyse nach Ländern und Warengruppen vorgenommen. So sollen ab 2011 Lieferanten, die wir in unserer Risikoanalyse identifiziert haben, über einen Onlinefragebogen Auskunft darüber geben, in welchem Umfang sie die Nachhaltigkeitsanforderungen erfüllen. Je nach Ergebnis dieses Sustainability-Self-Assessment kann sich ein Audit oder eine Trainingsmaßnahme anschließen. Bei schwerwiegenden Verstößen behalten wir uns weitere Maßnahmen vor.

MANAGEMENT DES STAKEHOLDER-DIALOGS

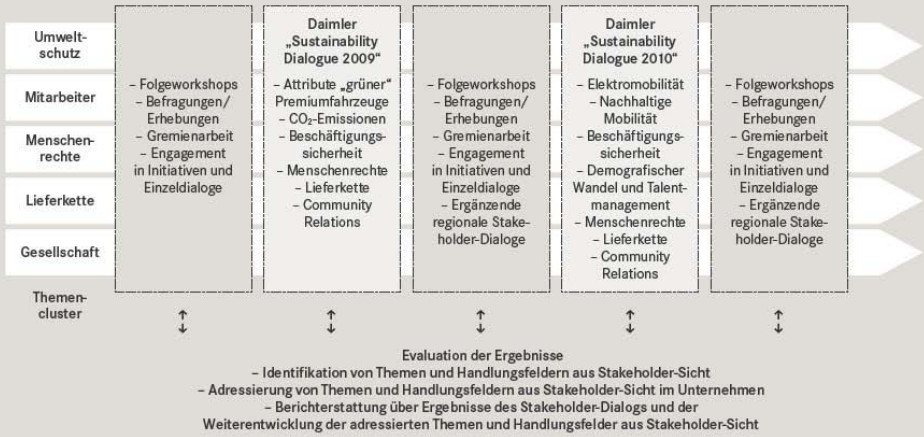
Unsere Geschäftstätigkeit berührt die Interessen vieler Menschen. Zugleich ist sie an spezifische Rahmenbedingungen gebunden, die je nach Land und Region differieren. Wir können unser Geschäft daher nur nachhaltig betreiben, wenn wir das Gespräch mit den verschiedenen Anspruchsgruppen unseres Unternehmens suchen, Erfahrungen austauschen, kontroverse Themen vorbehaltlos angehen und gemeinsam Lösungen finden, die uns einer zukunftsfähigen Gesellschaft näher bringen. Solche Stakeholder-Dialoge sind deswegen eine wichtige Säule unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Unsere wichtigsten Anspruchsgruppen sind Kunden, Mitarbeiter, Investoren, Zulieferer, Verbände, zivilgesellschaftliche Organisationen (NGOs), Wissenschaft und Politik sowie unsere regionalen Gemeinden, Anwohner und Nachbarn. Kriterium für die Identifikation und Gewichtung von Stakeholdern ist für uns, ob und wie stark eine Gruppe von den Aktivitäten unseres Unternehmens betroffen ist bzw. auf unsere Geschäftstätigkeit Einfluss ausübt. Mit der Identifikation von Stakeholdern verbindet sich auch die Bestimmung von Themenbereichen („Clustern“) mit hoher Nachhaltigkeitsrelevanz sowohl für unsere Stakeholder als auch für uns. Für diese zentralen Dialogthemen gibt es im Unternehmen verantwortliche Bereiche und Ansprechpartner – wie den Bereich Investor Relations, den Zentralbereich Konzernumweltschutz, das Personalressort, die Einkaufsorganisation, die Stabsbereiche Politik und Außenbeziehungen und die Kommunikation.

12 Stakeholder-Gruppen



13 Stakeholder-Dialog bei Daimler


Umwelt-schutz
Mitarbeiter
Menschen-rechte
Lieferkette
Gesellschaft
Themen-cluster
– Folgeworkshops – Befragungen/ Erhebungen – Gremienarbeit – Engagement in Initiativen und Einzeldialoge
Daimler „Sustainability Dialogue 2009“
– Attribute „grüner“ Premiumfahrzeuge – CO_2-Emissionen – Beschäftigungs-sicherheit – Menschenrechte – Lieferkette – Community Relations
– Folgeworkshops – Befragungen/ Erhebungen – Gremienarbeit – Engagement in Initiativen und Einzeldialoge – Ergänzende regionale Stake-holder-Dialoge
Daimler „Sustainability Dialogue 2010“
– Elektromobilität – Nachhaltige Mobilität – Beschäftigungs-sicherheit – Demografischer Wandel und Talent-management – Menschenrechte – Lieferkette – Community Relations
– Folgeworkshops – Befragungen/ Erhebungen – Gremienarbeit – Engagement in Initiativen und Einzeldialoge – Ergänzende regionale Stake-holder-Dialoge
Evaluation der Ergebnisse
– Identifikation von Themen und Handlungsfeldern aus Stakeholder-Sicht
– Adressierung von Themen und Handlungsfeldern aus Stakeholder-Sicht im Unternehmen
– Berichterstattung über Ergebnisse des Stakeholder-Dialogs und der Weiterentwicklung der adressierten Themen und Handlungsfelder aus Stakeholder-Sicht

Auswahl wichtiger Mitgliedsorganisationen und Interessenvertretungen

1. Übergreifende Mitgliedschaften

- Global Compact – UN-Initiative für Umweltschutz, Arbeits- und Menschenrechte, weltweit
- Global Reporting Initiative (GRI)

2. Wirtschaft und Arbeit

- Global: International Chamber of Commerce (ICC)
- Deutschland: ME Gesamtmetall e. V.
- Deutschland: Südwestmetall – Verband der Metall- und Elektroindustrie Baden-Württemberg e. V.
- Deutschland: Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA)
- Deutschland: Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI)
- Deutschland: Verband der Automobilindustrie (VDA)
- Deutschland: Berlin Center of Corporate Governance e. V.
- Deutschland: AmCham Germany
- Deutschland: Deutsches Aktieninstitut (DAI)
- Europa: AmCham EU
- Europa: European Automobile Manufacturers Association (ACEA)
- Europa: Business Europe (BE)
- USA: National Association of Manufacturers (NAM)
- USA: Alliance of Automobile Manufacturers (AAM)
- USA: US Chamber of Commerce
- USA: Business Civic Leadership Center (BCLC)
- USA: Engine Manufacturers Association (EMA)
- USA: American Trucking Association (ATA)
- USA: European-American Business Council (EABC)
- USA: National Foreign Trade Council (NFTC)
- USA: Organization for International Investment (OFII)
- USA: German American Business Council (GABC)
- Japan: Japan Automobile Importers Association (JAIA)

3. Umweltschutz

- B.A.U.M. – Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e. V.
- Natural Gas Vehicle Association, Europe
- Verkehr und Energiestrategie Deutschland (VES)
- European FuelCell & Hydrogen Joint Untertaking (NEW/FCH-JU)
- USCAR/FreedomCAR (neue Technologien für US-Markt)
- Clean Energy Partnership Deutschland (CEP)
- Nationales Innovationsprogramm Deutschland (NIP/NOW)
- UNEP Mobility Forum – Initiative für nachhaltige Mobilität
- World Wide Fund for Nature WWF Deutschland
- Health Effects Institute
- Resources for the Future
- American Council on Renewable Energy
- Business Environmental Leadership Council (BELC) of the Pew Center on Global Climate Change
- Roundtable on Sustainable Biofuels
- National Hydrogen Association (USA)
- CALSTART (USA)
- U.S. Electric Drive Transportation Association (EDTA)
- U.S. Diesel Technology Forum (DTF)
- U.S. National Biodiesel Board
- U.S. Alliance to Save Energy (ASE)

4. Gesellschaft und Soziales

- Global Business Coalition on HIV/AIDS, Tuberculosis and Malaria
- SAFRI – Südliches Afrika Initiative der Deutschen Wirtschaft
- Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik (DGAP)
- Atlantik-Brücke e. V.
- Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e. V.
- Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE)
- Transatlantic Policy Network (TPN)
- European School of Management and Technology in Berlin
- AccountAbility
- Carl-Duisberg Gesellschaft e. V. (CDG), Berlin
- Deutsch-Amerikanisches Zentrum James-F.-Byrnes-Institut (DAZ), Stuttgart
- Netzwerk Unternehmen für Gesundheit e. V.
- Deutsche AIDS-Stiftung
- Verband Deutscher Betriebs- und Werksärzte e. V. (VDBW)
- Deutsche Gesellschaft für Arbeitsmedizin und Umweltmedizin e. V. (DGAUM)
- Transparency International (TPI)

5. Verkehrssicherheit

- Deutscher Verkehrssicherheitsrat e. V.
- Deutsches Verkehrsforum e. V.
- Deutscher Verkehrsgerichtstag – Deutsche Akademie für Verkehrswissenschaften

FOKUS AUF WESENTLICHE NACHHALTIGKEITSTHEMEN

In den letzten Jahren haben wir den Stakeholder-Dialog zu Nachhaltigkeit auf fünf Themencluster konzentriert, die sich aus interner wie externer Sicht als besonders bedeutsam für unser Unternehmen erwiesen: Umwelt, Mitarbeiter, Menschenrechte, Verantwortung in der Lieferkette sowie Community Relations. Innerhalb dieser Cluster haben wir wechselnde Schwerpunkte gesetzt.

Die verantwortlichen Unternehmensbereiche nutzen den Dialog zu Themen aus diesen Clustern, um Informationen auszutauschen und die externen Experten in die Bearbeitung konkreter Nachhaltigkeitsfragen einzubeziehen. Für eine kontinuierliche Einbindung unserer Stakeholder und den regelmäßigen Dialog mit ihnen setzen wir auf

- Befragungen und Erhebungen (wie Kundenzufriedenheitsstudien, Mitarbeiterbefragungen, qualitative Stakeholderbefragungen, Leserbefragungen zu diesem Bericht);
- die Mitarbeit in Gremien und Nachhaltigkeitsinitiativen (wie UN Global Compact, Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik, Normungsprozess ISO 26000);
- direkten und persönlichen Kontakt mit den unternehmensexternen Experten, unter anderem in regelmäßig tagenden fachspezifischen Arbeitsgruppen.

Als gemeinsames Dach dieser institutionalisierten Dialoge findet seit 2008 jedes Jahr der „Daimler Sustainability Dialogue“ als zentrale Diskussionsveranstaltung in Stuttgart statt. Das Forum, das vom Sustainability Board und Office koordiniert wird, führt Vertreter aus Politik, Verbänden, Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen mit Managementvertretern unseres Unternehmens zusammen. Ausdrücklicher Anspruch ist es, gerade auch mit kritischen Interessengruppen den Dialog zu suchen, um voneinander zu lernen und miteinander gangbare Lösungswege zu entwickeln.

Nach Möglichkeit bringen wir die Erkenntnisse und Vereinbarungen aus unseren vielfältigen Dialogaktivitäten mithilfe konkreter Ziele und Maßnahmen in unser operatives Geschäft ein. Um eine Gewichtung und Priorisierung vorzunehmen, nutzen wir eine Materialitätsanalyse. Auf diese Weise spiegelt auch dieser Nachhaltigkeitsbericht die Themen wider, die in unseren Stakeholder-Gesprächen ganz oben auf der Agenda stehen. Die wertvollen Impulse, die wir regelmäßig bei unseren Veranstaltungen erhalten, stärken uns in dem Vorhaben, den Dialog mit unseren Anspruchgruppen künftig auch international zu intensivieren.

INTERNATIONALISIERUNG DES SUSTAINABILITY-DIALOGUE

In Zukunft wollen wir den „Sustainability Dialogue“ in Deutschland fortführen und durch ähnliche Dialogforen in weiteren Regionen ergänzen. 2010 veranstaltete die Daimler AG deshalb zum ersten Mal das „Daimler Sustainability Forum – Ethic Standards and Corporate Responsibility“ im Pavillon der Vereinten Nationen auf dem Expo-Gelände in Shanghai.

Diese und zukünftig weitere, auch regional ausgerichtete Veranstaltungen helfen uns dabei, die spezifischen Nachhaltigkeitsanforderungen in den verschiedenen Regionen und Ländern besser zu verstehen und unsere Aktivitäten daran auszurichten. Außerdem bieten diese Dialoge die Chance, mit den Teilnehmern unsere Vorstellungen einer verantwortlichen Unternehmensführung im direkten Gespräch zu erörtern.

Stakeholder-Dialoge an unseren Standorten: Beispiel Baden-Württemberg

Eine gute Standortpartnerschaft lebt vom Dialog und zieht daraus Vorteile für alle Beteiligten. Das ist unser Grundsatz auch an unserem Unternehmenssitz in Stuttgart sowie an den Werksstandorten in Baden-Württemberg und darüber hinaus. Wir pflegen überall regen Kontakt zu politischen Entscheidungsträgern, sozialen und ökologischen Initiativen und den Bürgern in unserem Unternehmensumfeld. 2010 haben wir zum Beispiel Informationsveranstaltungen mit unserem Vorstand für Personal und Arbeit, Wilfried Porth, für Landtags- und Bundestagsabgeordnete aus Standortwahlkreisen in Baden-Württemberg sowie in der Region Stuttgart mit Oberbürgermeistern und Landräten durchgeführt.

2011 werden zu einer weiteren Veranstaltung alle Oberbürgermeister und Landräte der Werksstandorte in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz eingeladen. Hierdurch wird nicht der gute Kontakt der Werke mit ihrem Umfeld ersetzt, sondern ergänzend werden Informationen über die aktuelle Situation und die Zukunftsperspektiven des Unternehmens aus Sicht des Vorstands vermittelt. Neben den kontinuierlich stattfindenden Besuchen von Abgeordneten aus den Standortwahlkreisen in den Werken finden auf landespolitischer Ebene in regelmäßigen Abständen Gespräche mit den Vorsitzenden aller Fraktionen der demokratischen Parteien statt.

So haben wir zum Beispiel 2010 mit der Landtagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen bei einem Vor-Ort-Gespräch mit unserem Konzernvorstand für Forschung & Entwicklung, Dr. Thomas Weber, und weiteren Unternehmensvertretern Fragen der nachhaltigen Mobilität kontrovers diskutiert. Fragen der Elektromobilität haben wir auch bei Vorträgen auf der Regionalversammlung der Region Stuttgart und bei öffentlichen Anhörungen im Landtag – so zum Beispiel in Baden-Württemberg und in Bremen – zum Thema gemacht. Uns geht es darum, Grundlagen, Einschätzungen und die gesellschaftlichen Auswirkungen dieser Mobilitätsform darzulegen und zu erörtern, um damit nicht zuletzt die Entscheidungsfindung auf der Ebene der Landespolitik zu unterstützen.

Dass wir mit allen gesellschaftlichen Anspruchsgruppen intensive Austauschbeziehungen pflegen, zeigt – um ein Beispiel aus 2010 herauszugreifen – auch der Besuch einer Gruppe des Kirchlichen Diensts in der Arbeitswelt (KDA) der Evangelischen Akademie Bad Boll im Mercedes-Benz Werk Untertürkheim. Der KDA informierte sich über die Probleme und Herausforderungen in der heutigen Arbeitswelt, um eventuelle Konflikte oder beruflich bedingte Krisensituationen in der Seelsorgearbeit aufgreifen zu können.

ERGEBNISSE DES SUSTAINABILITY DIALOGUE 2010

Auch im November 2010 haben wieder mehr als 130 interne und externe Experten an unserem zentralen Dialogforum in Stuttgart, dem dritten „Sustainability Dialogue“, teilgenommen. Auch drei Mitglieder des Daimler-Vorstandes waren dabei. Themenspezifische Arbeitsgruppen behandelten ausgewählte Nachhaltigkeitsthemen und setzten damit Stakeholder-Gespräche fort, die im Verlauf des zurückliegenden Jahres stattfanden.

Eine Zusammenfassung der konkreten Diskussionsergebnisse des diesjährigen „Sustainability Dialogue“ im Überblick:

Umwelt. Ein Schwerpunkt lag auf den Themen „Elektromobilität – Kernfragen in Bezug auf regenerativen Strombezug“ sowie „Nachhaltige Mobilitätsdienstleistungen und -systeme“. Die Teilnehmer vereinbarten, unterschiedliche Konzepte für die Bereitstellung von zusätzlichem „grünem Strom für Elektromobilität“ entlang der Kette, die von der Stromerzeugung, dem Stromhandel, der Zertifizierung bis hin zu Fahrzeugherstellern und Kunden reicht, zu untersuchen und gemeinsam zu bewerten.

Bei den nachhaltigen Mobilitätskonzepten werden wir die Diversifizierung und den Ausbau der gerade aufgebauten bzw. in Erprobung befindlichen car2go- und car2gether-Mobilitätsdienstleistungen prüfen und deren ökologische Auswirkungen untersuchen. Weitere inhaltliche Schwerpunkte in den Einzeldialogen mit Umwelt-Stakeholdern außerhalb des zentralen Dialogforums lagen auf den Gebieten Klimaschutz, Luftreinhaltung und Lärmschutz.

Mitarbeiter. Die Arbeitsgruppe diskutierte Implikationen, Integrität als zentrale personalpolitische Aufgabe zu sehen. Beim Themenschwerpunkt „Krise und Arbeitsplatzsicherung“ waren sich die Teilnehmer einig, dass Flexibilität ein Schlüssel dafür ist, um potenzielle Krisensituationen auch zukünftig zu überwinden. Hierzu ist die Weiterentwicklung der Flexibilitätsinstrumente in Kooperation mit den Arbeitnehmervertretern, der Agentur für Arbeit und Universitäten unabdingbar. Gemeinsam wurden ein „PRE-SAFE-MODUS“ und eine „flexibility toolbox“ definiert, um notfalls schneller auf Krisensituationen reagieren zu können.

Beim Themenschwerpunkt „Demografischer Wandel“ bestätigten die Stakeholder das Unternehmen, das vorgestellte Projekt aus dem Werk Bremen: „HR Resource Management“ auch auf andere Standorte auszudehnen. Beim Thema „Diversity und Talentmanagement“ würdigten die Teilnehmer die aktuellen und zum Teil ehrgeizigen Unternehmensprogramme – für uns ein Ansporn, weiter für eine Vielfalt wertschätzende Unternehmenskultur einzutreten und gerade hier auch externe Signale zu setzen.

Menschenrechte. Daimler bekräftigt sein Engagement für Menschenrechte gemäß des UN Global Compact und insbesondere nach Maßgabe des „Protect, Respect and Remedy“-Konzepts von Prof. John Ruggie, das derzeit auf vielen Ebenen als geeigneter Ansatz zur besseren Durchsetzung von Menschenrechten diskutiert wird. Auf dieser Grundlage erörterten die Teilnehmer das Menschenrechtsengagement in kritischen Märkten und mögliche Investitions- und Desinvestitionsstrategien.

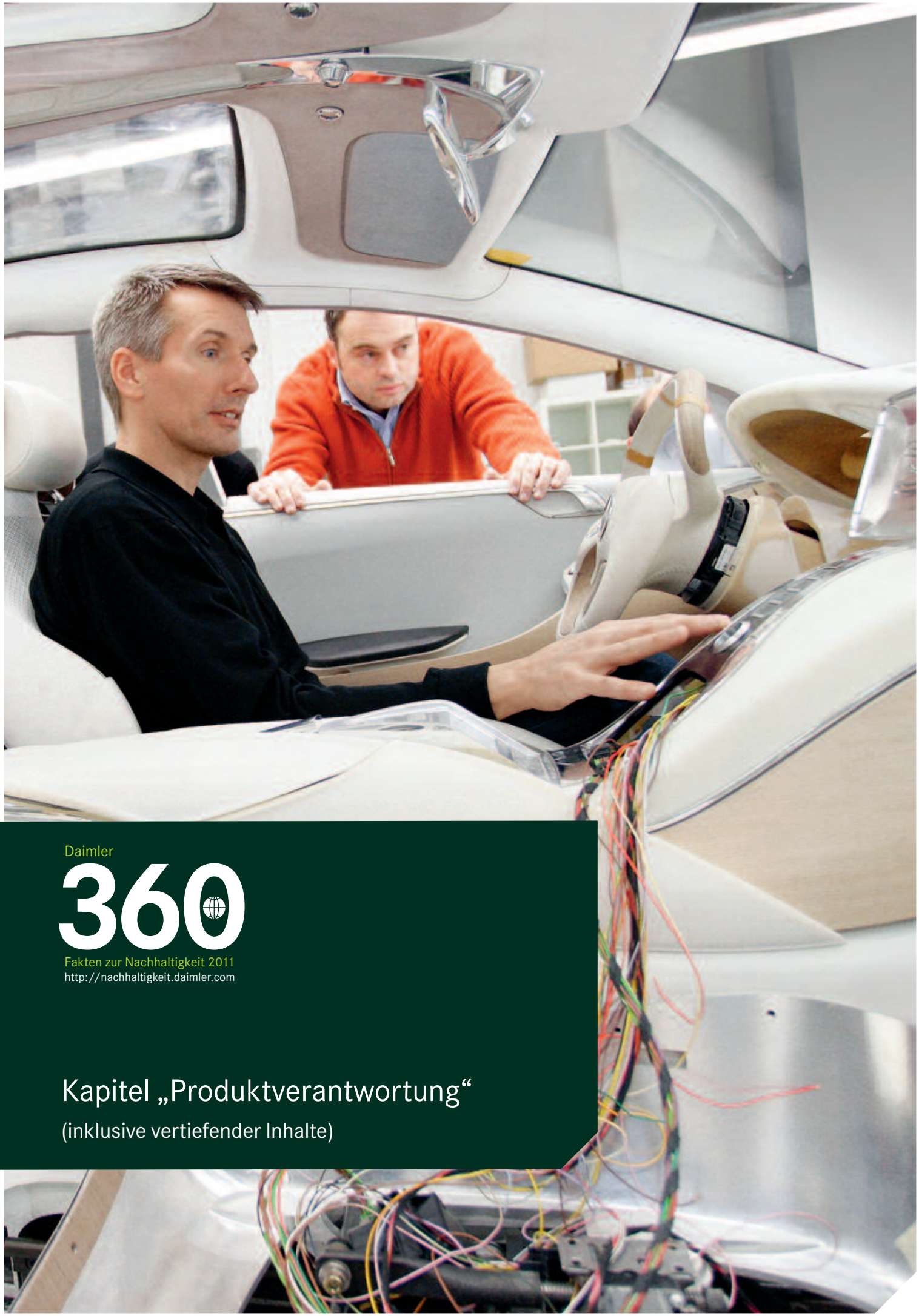
Die internen und externen Teilnehmer kamen überein, dass Daimler bei Menschenrechten und in der Diskussion mit den verantwortlichen Institutionen eine führende Rolle einnehmen sollte. Am Beispiel der Landesgesellschaft Ägypten wurde der Einfluss unseres Unternehmens auf Menschenrechtsfragen diskutiert. Relevante Menschenrechtsthemen wurden identifiziert und Initiativen zur Sprache gebracht.

Lieferkette. In der Arbeitsgruppe Supply Chain diskutierten Lieferanten, Nichtregierungsorganisationen und Einkaufsverantwortliche unseres Unternehmens geeignete Maßnahmen zur Unterstützung und Überprüfung von Geschäftspartnern – einschließlich der konsequenten Reaktionen bei Verstößen gegen Nachhaltigkeitsgrundsätze. Eine enge Kooperation, größtmögliche Transparenz und eine direkte Kommunikation zwischen Daimler, Lieferant und Nichtregierungsorganisation nannten die Teilnehmer als entscheidende Erfolgsfaktoren.

Insbesondere war sich die Gruppe einig, dass es dringend nötig sei, gemeinsame Industriestandards und Instrumente zu entwickeln und aufzusetzen. Weiterer wichtiger Aspekt in der Diskussion: Nachhaltigkeitsstandards müssen global gültig sein, bei ihrer Umsetzung muss jedoch auf kulturelle und länderspezifische Besonderheiten geachtet werden, damit sie in den Gesellschaften eine bleibende Verankerung und Wertschätzung erfahren.

Community Relations. Im Bereich Community Relations wollen wir das Mitarbeiterengagement durch ein betrieblich unterstütztes Freiwilligenprogramm für gemeinnützige Zwecke – Corporate Volunteering – konzernweit gezielt fördern und diesem Programm einen festen Ort in der Nachhaltigkeitsstrategie des Konzerns geben. Die Ergebnisse des Workshops sollen in die Konzeptentwicklung einfließen.

Der Transfer von Know-how zwischen unserem Unternehmen und den gesellschaftlichen Institutionen und Einrichtungen in unserem Umfeld, die Ermöglichung eines Perspektivenwechsels durch gegenseitigen Austausch, die Förderung einer Kultur der Anerkennung für freiwilliges Engagement unserer Mitarbeiter und der Fokus auf eine gute Nachbarschaft an unseren Standorten sind die zentralen Leitlinien, die wir mit den Teilnehmern der Arbeitsgruppe für unser kommendes Corporate-Volunteering-Programm festgelegt haben.



Daimler

360

Fakten zur Nachhaltigkeit 2011

http://nachhaltigkeit.daimler.com

Kapitel „Produktverantwortung“

(inklusive vertiefender Inhalte)

INTERVIEW PROF. DR. HERBERT KOHLER

Herr Prof. Dr. Kohler, das Automobil wird in diesem Jahr 125 Jahre alt. Markiert dieses Jubiläum zugleich eine Zeitenwende in der Automobiltechnik?
Prof. Dr. Herbert Kohler: Es sind zweifellos weitreichende Veränderungen im Gange. Daimler fertigt zum Beispiel seit dem Jahresende 2009 die ersten lokal emissionsfreien Elektrofahrzeuge unter Serienbedingungen: die Mercedes-Benz B-Klasse F-CELL und den smart fortwo electric drive. Bis Ende 2011 werden insgesamt 1.500 smart electric drive in Berlin und anderen Metropolen Europas sowie in den USA an ausgewählte Kunden verleast; die Hälfte davon haben wir zum Jahresende 2010 bereits ausgeliefert. Die Ergebnisse der Flottentests sind sehr wichtig für die laufende Serienentwicklung des smart electric drive, den wir ab 2012 in fünfstelliger Stückzahl auf den Markt bringen werden. Von unserem Brennstoffzellenfahrzeug Mercedes-Benz B-Klasse F-CELL werden insgesamt 200 Fahrzeuge in Kleinserie gefertigt und bis zum Jahr 2012 für den Alltagsbetrieb an ausgewählte Kunden in Deutschland und den USA übergeben. Außerdem produzieren wir seit September 2010 in Rastatt den dritten Elektro-Pkw von Mercedes-Benz, die A-Klasse E-CELL. Und schließlich wird der Vito E-CELL, das erste serienmäßige Nutzfahrzeug seiner Klasse mit ausschließlich elektrischem Antrieb, seit Dezember 2010 auf Serienbändern produziert. Im Rahmen eines Flottenversuchs sind zunächst jeweils 50 Fahrzeuge in Berlin und Stuttgart unterwegs, ab 2011 sollen insgesamt 2.000 Vito E-CELL gebaut werden. Das sind alles sehr beachtliche Fortschritte, die wir aber auch seit Längerem initiiert haben; die Veränderungen sind deshalb eher evolutionär.

Prof. Dr. Herbert Kohler
Leiter „E-Drive & Future Mobility“, Umweltbevollmächtigter, Daimler AG

Sie treiben die Serienentwicklung doch mit Nachdruck voran. Deutet das nicht darauf hin, dass wir bald nur noch elektrisch fahren werden?
Kohler: 125 Jahre Automobil, das heißt 125 Jahre fast ausschließlich Fahrzeuge mit Verbrennungsantrieb. Und es heißt: 125 Jahre akribische Optimierung von Qualität und Zuverlässigkeit, Alltagstauglichkeit, Kosten und, last, but not least, der Infrastruktur. Gegenüber dem technologisch reifen und infrastrukturell gut versorgten Verbrennungsantrieb müssen die Elektroantriebe nun erfolgreich bestehen. Hier haben wir vor allem im Bereich der Kosten und der Infrastruktur noch viel Arbeit vor uns. Der Weg zur Elektromobilität wird sich deshalb nicht in einem großen Sprung, sondern in vielen kleinen Schritten vollziehen. Auch in zehn Jahren dürfte der Anteil des Elektroautos am gesamten Fahrzeugbestand – heute gibt es weltweit rund 850 Mio. Fahrzeuge – aller Voraussicht nach noch im einstelligen Prozentbereich liegen. Richtig ist aber, dass auf lange Sicht am elektrischen Fahren kein Weg vorbeiführt – nicht nur wegen des Klimawandels, sondern auch, weil die Ölvorräte endlich sind.

> "Der Weg zur Elektromobilität wird sich nicht in einem großen Sprung, sondern in vielen kleinen Schritten vollziehen."

Unterm Strich heißt das: Weder eine „Elektro-Euphorie“ noch ein grundsätzlicher „Elektro-Skeptizismus“ sind sachlich angebracht. Stattdessen brauchen wir eine differenzierte Herangehensweise. Bei Daimler setzen wir deshalb auf einen breiten Technologie-Mix: Wir optimieren den Verbrauch herkömmlicher Fahrzeuge. Wir entwickeln – vor allem bei großen Modellen – Hybride. Und wir arbeiten am rein elektrischen Fahren mit Batterie- und Brennstoffzellenantrieb. Ich bin fest davon überzeugt, dass die Elektrifizierung des Antriebsstrangs – sicherlich auch mit Hybridfahrzeugen – in den nächsten Jahren um sich greifen wird. Bis aber reine Elektrofahrzeuge mit Batterie oder Brennstoffzelle das Alltagsbild auf unseren Straßen bestimmen, wird noch einige Zeit vergehen.

"Wenn es in Deutschland möglich ist, etwa die Erzeugung von regenerativem Strom jährlich mit zweistelligen Milliardenbeträgen zu fördern, sollte es auch möglich sein, eine deutlich kostengünstigere neue Infrastruktur für den Verkehrsbereich zu schaffen."

Sie nannten Kosten und Infrastruktur als wichtige Hürden für Elektrofahrzeuge. Wo stehen wir hier aus Ihrer Sicht?
Kohler: Bei der Kostenreduktion haben wir zweifellos schon große Fortschritte gemacht. Die Zeiten, in denen wir bei einem Elektrofahrzeug mit Brennstoffzelle oder Batterie im A- oder B-Klasse-Format mit Kosten in der Größenordnung eines Maybach rechnen mussten, liegen zum Glück weit hinter uns. Bis zur Serienreife und damit zu wettbewerbsfähigen Kosten müssen allerdings noch einige Anstrengungen unternommen werden. Dies ist auch der Grund, warum wir – und die Automobilindustrie insgesamt – so nachdrücklich darauf hinweisen, dass es ohne flankierende staatliche Maßnahmen nicht möglich sein wird, Elektrofahrzeuge im Markt zu etablieren. Andere europäische Staaten sowie die USA, Japan und China haben das erkannt und entsprechende Programme aufgelegt. In Deutschland dagegen wird noch diskutiert. Ohne entsprechende Rahmenbedingungen werden wir aber den – auch politisch geforderten – „Leitmarkt für Elektromobilität“ nicht darstellen können und das Ziel von 1 Mio. Elektrofahrzeugen in Deutschland bis 2020 nicht erreichen.

Und wie sieht es bei der Infrastruktur aus – die Herausforderung scheint ja kaum geringer?
Kohler: In der Tat, denn weder die Wasserstoffinfrastruktur für Brennstoffzellen noch die Ladeinfrastruktur für Batteriefahrzeuge entsteht von allein. Daimler fördert deren Aufbau auf vielen Ebenen, aber wir sind Fahrzeughersteller und kein Infrastrukturbetreiber. Wir sehen hier – neben der Politik – vor allem zusätzliche Stakeholder gefordert die notwendigen Infrastrukturen aufzubauen. Wenn es in Deutschland möglich ist, etwa die Erzeugung von regenerativem Strom jährlich mit zweistelligen Milliardenbeträgen zu fördern, sollte es auch möglich sein, eine deutlich kostengünstigere neue Infrastruktur für den Verkehrsbereich zu schaffen, vorausgesetzt, der politische Wille ist vorhanden.

INTERVIEW DR. JOACHIM SCHMIDT

Herr Dr. Schmidt, in Ihrer Werbebotschaft versprechen Sie Ihren Kunden „Das Beste oder nichts“ ...
Dr. Joachim Schmidt: ... „Das Beste oder nichts“ war der Anspruch von Gottlieb Daimler und er leitet uns noch heute. Denn schon aus unserer Historie heraus erwarten die Kunden immer ein Stückchen mehr von Mercedes-Benz. Deshalb steht heute mehr denn je der Führungsanspruch im Zentrum unserer Marke, denn wir wollen unseren Kunden in allen Bereichen das Beste liefern.

Dr. Joachim Schmidt
Leiter Mercedes-Benz Cars Vertrieb und Marketing

Gilt dieser Führungsanspruch auch für die Nachhaltigkeit Ihrer Produkte?
Schmidt: Ja, auf jeden Fall. Nicht umsonst haben wir Verantwortung als dritten Markenwert neben Faszination und Perfektion für Mercedes-Benz fest verankert. Bei den Verbrennungsmotoren bieten wir zwischenzeitlich 85 verbrauchsoptimierte BlueEFFICIENCY Modelle an. Zusätzlich zur fast vollständig erneuerten Motorenpalette bekommen fast alle unsere Kernbaureihen ein serienmäßiges, verbrauchsoptimiertes Siebenganggetriebe mit Start-Stopp-Funktion.

Daneben beginnen wir 2011 auch mit der Markteinführung der Nachfolgemodelle für die A- und B-Klasse im Kompaktwagensegment. Beim lokal emissionsfreien Fahren haben wir 2010 ebenfalls ein klares Signal gesetzt: Aufgrund der hohen Nachfrage nach unserem smart electric drive, der bereits seit Ende 2009 in Serie produziert wird, haben wir die Stückzahl auf 1.500 Einheiten erhöht und inzwischen bereits über die Hälfte dieser Fahrzeuge an Kunden ausgeliefert. Darüber hinaus ist die Produktion der Mercedes-Benz A-Klasse E-CELL angelaufen und die ersten Mercedes-Benz B-Klasse F-CELL sowie Vito E-CELL wurden an Kunden übergeben.

Ihr Kundenservice erhält respektable Bewertungen. Wie wichtig ist Ihnen die Kundenzufriedenheit?
Schmidt: Wir wollen unsere Kunden nicht nur mit zukunftsweisenden Technologien und faszinierenden Produkten und Dienstleistungen, sondern auch mit unserer Betreuung und exzellentem Service begeistern. Kundenzufriedenheit ist ein wichtiger Faktor, der darüber mitentscheidet, wer in der Autobranche eine Zukunft hat. Von der Kundenzufriedenheit und der Loyalität der Kunden hängt ab, ob sich Kunden für ein Auto von uns entscheiden, ob sie bei uns kaufen, finanzieren oder leasen, ob sie für Wartung und Service zu uns kommen, und vor allem, ob sie das auch ein zweites und drittes Mal tun. Dass wir hier auf einem guten Weg sind, belegen zahlreiche externe Händler- und Werkstatttests und die deutliche Verbesserung im „Customer Satisfaction Index“ in fast allen Märkten.

> "Kundenzufriedenheit ist ein wichtiger Faktor, der darüber mitentscheidet, wer in der Autobranche Zukunft hat."

... und somit gibt es immer etwas zu verbessern ...
Schmidt: Richtig, denn ganz zentral ist dabei, dass wir das Ziel einer begeisternden Kundenbetreuung nicht als temporäres Projekt sehen, sondern als gemeinsame Geisteshaltung im Vertrieb und Service weltweit verankert haben. Immerhin möchten wir die persönlichen Erwartungen unserer Kunden immer wieder aufs Neue ein Stückchen übertreffen. Denn nur aus begeisterten Kunden werden loyale Kunden, die sich auch beim nächsten Kauf wieder für einen Mercedes-Benz entscheiden. Dass uns dies gelingt, zeigt die hohe Loyalitätsrate bei Mercedes-Benz – die höchste im Premiumsegment. Nichtsdestotrotz arbeiten wir daneben permanent auch an maßgeschneiderten neuen Produkten für den Service, um unsere Kunden auch nach dem Kauf an uns zu binden.

Mercedes-Benz führt weitere neue Fahrzeugtechnologien zur nachhaltigen Mobilität ein. Wie können Sie dazu beitragen, dass sie zum Erfolg werden?

Schmidt: Wir wollen auch 125 Jahre nach der Erfindung des Automobils durch leidenschaftliche Innovationskraft Antworten für die Mobilität der Zukunft geben. Unsere Bemühungen werden aber nur dann Früchte tragen, wenn wir es schaffen, auch unsere Kunden von diesen neuen Technologien zu überzeugen. Das tun wir bereits durch unsere offensive Marketingkommunikation zu neuen Fahrzeugtechnologien. Wir engagieren uns darüber hinaus in Forschungsprojekten - beispielsweise im Rahmen unseres E-Mobility-Engagements –, um das Nutzungsverhalten unserer Kunden noch besser zu verstehen.

UNSERE ZIELE UND UNSER ANSPRUCH

Daimler will das weltweit zunehmende Bedürfnis der Verbraucher nach individueller Mobilität auch in Zukunft möglichst optimal befriedigen. Dies kann nur mit Konzepten und Produkten für eine nachhaltige Mobilität gelingen. Dazu gehören vor allem sichere, verbrauchs- und emissionsarme Fahrzeuge. Unser Ziel ist es zum einen, die Umwelt- und Klimaauswirkungen unserer Produkte von ihrer Herstellung über den Fahrbetrieb bis hin zur Altfahrzeugverwertung zu minimieren. Auf dem „Weg zur emissionsfreien Mobilität“ setzen wir auf innovative Antriebskonzepte, ergänzt durch verbesserte und alternative Kraftstoffe. Bei der Fahrzeugentwicklung optimieren wir Primärenergiebedarf, Rohstoffeinsatz und Recyclingfähigkeit. Mit Konzepten wie car2go weisen wir zudem Wege in eine zukunftsfähige urbane Mobilität. Darüber hinaus steht die Fahrzeugsicherheit im Blickpunkt der Produktstrategie. Mit vielfältigen Sicherheitstechnologien verfolgen wir unseren „Weg zum unfallfreien Fahren“. Innovative Assistenzsysteme, die Unfälle vorbeugen können, spielen die Hauptrolle dabei. Sie helfen wirkungsvoll, Leben und Gesundheit der Fahrzeuginsassen wie auch anderer Verkehrsteilnehmer zu schützen.

Unsere Ziele

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
1. Kraftstoffverbrauch und CO_2-Emissionen			
CO_2-Emissionen Pkw. Reduktion der CO_2-Emissionen (Basis NEFZ) der Neuwagenflotte in Europa bis zum Jahr 2012 auf unter 140 g CO_2/km und bis zum Jahr 2016 auf 125 g CO_2/km. Dies entspricht einer Reduktion der CO_2-Emissionen im 5 Jahreszeitraum 2007-2012 um rund 21 Prozent und um rund 30 Prozent von 2007-2016. Bis zum Jahr 2020 werden wir die CO_2-Werte weiter substantiell reduzieren. Konkrete Zielwerte können wir für diesen Zeitraum aber erst nennen, wenn noch offene regulatorische und politische Fragen (z.B. Rahmenbedingungen für E-Mobilität, Testzyklus) geklärt sind.	A)2012 B)2016	Der Gesamtflottendurchschnitt der Mercedes-Benz Cars Flotte in Europa lag 2010 bei 158 g CO_2/km.	Technische Maßnahmen zur weiteren Verbesserung des Wirkungsgrades des Antriebsstranges, u.a. auch neue, innovative Brennverfahren. // Einführung verschiedener Hybridlösungen. // Serieneinführung smart electric drive im Jahr 2012. // "Best in class" mit jährlich mindestens einem Neufahrzeug in den Volumenbaureihen, dessen CO_2-Emissionen im Vergleich zum Vorgängermodell um mindestens 8 bzw. 15 Prozent reduziert sind.
CO_2-Emissionen leichte Nutzfahrzeuge. Reduktion der CO_2-Emissionen der Neuwagenflotte in Europa um mehr als 10 Prozent bis zum Jahr 2014 bezogen auf 2010.	2014	Neues Ziel	Technische Maßnahmen zur weiteren Verbesserung des Wirkungsgrades des Antriebsstranges sowie innermotorische Optimierungen. // Kleinserie Vito E-CELL. // Einführung eines neuen, effizienten Kleintransporters.
Verbrauchsreduktion bei schweren Nutzfahrzeugen. Reduktion des Verbrauchs der N3-Lkw in Europa gegenüber dem Basisjahr 2005 (Euro III -Fahrzeuge) bis zum Jahr 2020 um durchschnittlich 20 Prozent pro tkm.	2020	Bis zum Jahr 2010 konnte eine Reduktion von rund 8 Prozent bei Fernverkehrs-Lkw gegenüber dem Ausgangsjahr erzielt werden.	Weiterentwicklung und Optimierung des Antriebsstranges durch z.B. Minderung der Reibverluste. // Einführung neuer, gewichts- und verbrauchsoptimierter Motoren. // Verbesserung der Aerodynamik des Fahrerhauses und des Gesamtfahrzeuges. // Einführung rekuperativer Systeme. // Kommerzialisierung der Hybridtechnologie.
2. Schadstoffemissionen			
Euro-6-Norm bei Pkw. Vorerfüllung der Euro-6-Norm für	2014	0,6 Prozent der 2010 in Europa verkauften Mercedes-Benz Pkw	Weiterentwicklung der Motoren und bestehender Technologien zur

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
50 Prozent aller Mercedes-Benz und smart Neufahrzeuge in Europa bis Ende 2014.		erfüllten bereits die Euro-6-Norm. Insgesamt haben 2010 mehr als 87 Prozent der in Europa abgesetzten Pkw die ab 01.01.2011 für alle Neufahrzeuge gültige Euro-5-Norm erfüllt.	Abgasminderung bei Benzin- und Dieselfahrzeugen zur Einhaltung der Grenzwerte.
EEV-Motoren für leichte Nutzfahrzeuge. Einführung von EEV -Motoren (parallel zu Euro 5) für alle Transporterbaureihen bis Ende 2013; Einführung Euro VI , Gruppe I für N1 Fahrzeuge ab Nachfolger Vito/Viano sofern Marktnachfrage gegeben.	ab 2013	Neues Ziel	Weiterentwicklung der Motoren und bestehender Technologien zur Abgasminderung bei Benzin- und Dieselfahrzeugen zur Einhaltung der Grenzwerte. (Wiederholung)
EEV-Motoren für schwere Nutzfahrzeuge. Ausweitung des Angebots an EEV Fahrzeugen auf über 90 Prozent des Typen-spektrums bis Ende 2011.	2011	Neues Ziel	Weiterentwicklung der Motoren und der SCR -Technologien zur Abgasminderung zur Einhaltung der Grenzwerte.
Euro VI für schwere Nutzfahrzeuge. Euro VI - Typgenehmigung für 30 Prozent der Daimler-Nutzfahrzeuge (Busse, Lkw und Sattelzüge) in Europa bis Ende 2013 sofern durch entsprechende Beschlüsse der Politik unterstützt wird	2013	Neues Ziel	Weiterentwicklung der Motoren und der SCR-Technologien zur Abgasminderung zur Einhaltung der Grenzwerte. (Wiederholung)
3. Sicherheit			
Sicherheit für Pkw. Erreichen einer 5-Sterne-Bewertung im Euro NCAP-Phase-3-Crashtest für jede neue Baureihe ab 2012.	ab 2012	Neues Ziel	Fahrzeugkonzeptabhängig sind weitere Maßnahmen erforderlich. Zusätzlich zur Aktiven Motorhaube mit Aktuatoren ist z.B. der Einsatz eines Scheibenairbags erforderlich.
Assistenzsysteme für schwere Nutzfahrzeuge. Sukzessive Erhöhung der Ausstattungsquote mit Assistenzsystemen bei schweren Nutzfahrzeugen. So möchten wir beispielsweise den Ausstattungsgrad von Active Brake Assist von etwa 10 Prozent im Jahr 2009 bis Oktober 2015 verdoppeln.	2015	- Einführung Active Brake Assist 2 im Jahr 2010 - Bei den Actros Fernverkehrszugmaschinen wird etwa jede Dritte mit Active Brake Assist ausgestattet.	Paketpreise wie das Safety Pack Classic und das Safety Pack Top machen die Anschaffung von Assistenzsystemen in Nutzfahrzeugen um rund ein Drittel günstiger als die Einzelbestellung der Systeme. Verschiedene Versicherer bieten für Lkw mit entsprechender Sicherheits-ausstattung Prämienvorteile an. Teilweise gibt es auch direkte Zuschüsse durch die jeweiligen Berufsgenossenschaften.
4. Ressourcenschonung			
Ressourcenschonung. Steigerung der Gesamtmasse aller für den Einsatz von nachwachsenden Rohstoffen sowie aller für den Einsatz von Rezyklaten freigegebenen Bauteile und -komponenten der Mercedes-Benz Pkw Baureihen um jeweils 25 Prozent bis 2015 - bezogen auf das Jahr 2010	2015	Neues Ziel	Weitere Erprobungen und Freigabe von Recyclingmaterialien für Bauteile.
5. Innenraumemissionen			
Innenraumemissionen. Kontinuierliche Verbesserung der	2012	Neues Ziel	Fortlaufende Emissionsreduktion und entwicklungsbegleitende Bewertung von

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
Luftqualität im Fahrzeuginnenraum.			Werkstoffen, Bauteilen und Gesamtfahrzeugen für alle zukünftigen Mercedes-Benz Pkw. // Aufbau entsprechender interner Messkapazitäten.
6. Design for Environment (DfE)			
Produktentwicklung. Systematische Integration von Umweltaspekten in die Mercedes-Benz-Produktentwicklung gemäß ISO TR 14062 – Design for Environment.	2011	Neues Ziel	Überprüfung der Wirksamkeit des DfE - Prozesses durch interne und externe produktbezogene Umweltaudits. // Veröffentlichung und externe Validierung von produktbezogenen Umweltinformation für die in 2011 neu auf den Markt kommenden Mercedes-Benz Pkw (bezeichnet als "Life Cycle"-Umwelt-Zertifikate").
7. Kundenzufriedenheit			
Mercedes-Benz Cars. Langfristige Beibehaltung des Status als Marke mit der höchsten Kundenzufriedenheit im Premiumsegment.	2011	Neues Ziel	Durch das seit 2006 laufende Programm CSI No. 1 wurden die Kundenkontaktprozesse im Verkauf und Service grundsätzlich überarbeitet und optimiert. Die daraus resultierenden Standards in der Kundenbetreuung sowie in den Werkstatt- und Logistikprozessen haben dazu geführt, dass die Marke Mercedes-Benz in der Vehicles Owners Satisfaction Study von J.D. Power in Deutschland die Spitzenpositionen einnimmt. Um sicherzustellen, dass dieses Ergebnis nachhaltig gesichert werden kann, wurden die Qualitätsmaßnahmen für die Kundenzufriedenheit in die Linienfunktionen implementiert und in die ScoreCard und Strategien der Bereiche integriert.
Service- und Teilequalität. Absicherung und Steigerung der Servicequalität für die im Mercedes-Benz Vertriebsnetz betreuten Kunden insbesondere auch im Markt der wachsenden Zahl älterer Fahrzeuge. Beibehaltung der Spitzenposition bei Pkw- und Nutzfahrzeugen unter anderem beim Service-Award des "KFZ-Betriebs".	2011	Neues Ziel	Eine Maßnahme ist ein innovatives Kundenbeziehungsmanagement (eCRM) zur differenzierten Kundenansprache und -bindung. Daneben liegt besonderes Augenmerk auf der Produktentwicklung, eng verbunden mit dazugehörigen Dienst-leistungen und abgestimmt auf die spezifischen Kundenbedürfnisse. Darüber hinaus gilt es die Betriebe zu befähigen, die hohen Anforderungen entsprechend umzusetzen.

UNSERE STRATEGIE FÜR DEN WEG ZUR EMISSIONSFREIEN MOBILITÄT

Das Automobil erlebt eine Zeitenwende. Die Erdölvorkommen sind begrenzt, und ihre Nutzung trägt zum Klimawandel bei. Gleichzeitig wächst weltweit der Mobilitätsbedarf und der Individualverkehr nimmt – mit entsprechenden Auswirkungen auf Umwelt und Klima – weiter zu. Unser Ziel ist es daher, den Verbrauch und die Emissionen unserer Fahrzeuge schon heute deutlich zu reduzieren und langfristig ganz zu vermeiden. Dafür entwickeln wir modernste Antriebstechnologien, die in allen Sparten des Straßenverkehrs die Mobilitätsanforderungen von heute und morgen erfüllen.

Klimaschutz und die Senkung der CO_2-Emissionen

In seinem vierten Bericht zum Klimawandel hat der Weltklimarat der Vereinten Nationen (Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC) 2007[1] festgestellt:

- Die CO_2-Konzentration in der Erdatmosphäre liegt heute deutlich höher als zu Beginn der industriellen Revolution (1750) und erreicht ein Niveau, das seit Jahrtausenden auf der Erde nicht herrschte.
- Die Klimaveränderungen sind messbar in steigenden Luft- und Wassertemperaturen, dem Abschmelzen von Schnee- und Eismassen sowie dem Anstieg des Meeresspiegels.
- Der Weltklimarat erachtet es für sehr wahrscheinlich, dass vor allem die von Menschen verursachten Treibhausgasemissionen für den Klimawandel verantwortlich sind.
- Demgegenüber ist der Beitrag natürlicher Vorgänge – etwa durch Vulkanismus sowie Schwankungen der Sonnenaktivität – deutlich kleiner. Er reicht nicht aus, die beobachteten Klimaveränderungen in Art, Geschwindigkeit und Ausmaß zu erklären.
- Bei gleichbleibenden oder gar steigenden CO_2-Emissionen sind daher mit großer Wahrscheinlichkeit Effekte auf das weltweite Klima im 21. Jahrhundert zu erwarten, die noch gravierender sein werden als jene, die bereits während des 20. Jahrhunderts zu beobachten waren.

Es gilt somit als gesichert, dass sich das Klima im weltweiten Durchschnitt wandelt und dass menschliche Einflüsse dabei eine große Rolle spielen.

Der Verkehr ist für rund 23 Prozent[2] aller von Menschen weltweit verursachten Energie- und prozessbedingten CO_2-Emissionen verantwortlich. Betrachtet man nur den Straßenverkehr, so ergibt sich ein Anteil von 17 Prozent[2]. Vor diesem Hintergrund zielt unsere Strategie darauf ab, die CO_2-Emissionen und den Verbrauch fossiler Kraftstoffe stetig weiter zu verringern. Im Rahmen unserer Strategie „The Road to Emission-free Mobility“ setzen wir dies für unsere Pkw und Nutzfahrzeuge um.

Quellen:

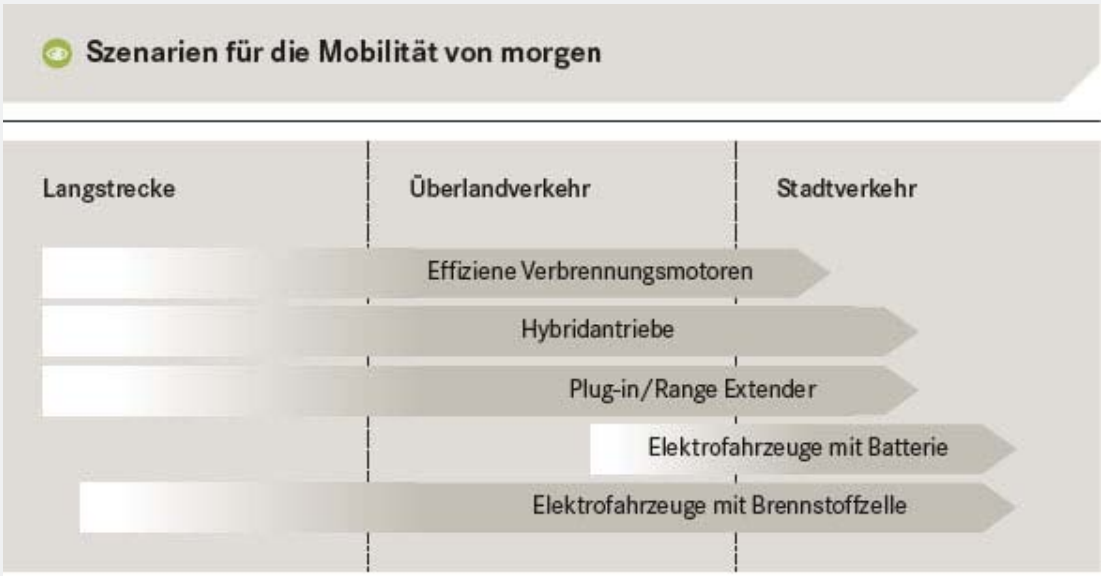
[1] IPCC, 2007: Contribution of Working Group III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change, 2007

[2] International Energy Agency.(IEA) 2010 : CO2 Emissions from Fuel Combustion Highlights (2010 Edition), Seite 65.

Im Rahmen unserer Strategie „The Road to Emission-free Mobility“ konzentrieren wir uns auf drei Handlungsschwerpunkte oder Bausteine:

- die Optimierung der Fahrzeuge mit modernsten Verbrennungsmotoren,
- die weitere Effizienzsteigerung durch Hybridisierung, also die Kombination von Verbrennungs- und Elektromotor,
- das emissionsfreie Fahren mit Elektrofahrzeugen mit Batterie oder Brennstoffzelle.

Szenarien für die Mobilität von morgen



Unterschiedliche Anforderungen verlangen unterschiedliche Antriebsarten. Im Fernverkehr punkten Otto- und Dieselmotoren wegen ihrer Reichweite, Effizienz und des weltweit verfügbaren Tankstellennetzes. Im Überlandverkehr gewinnen dagegen alternative Konzepte wie Hybridfahrzeuge an Bedeutung. Elektrofahrzeuge mit Batterie spielen ihre Vorteile im innerstädtischen Verkehr aus. Elektrofahrzeuge mit Brennstoffzelle sind für alle Einsatzzwecke geeignet. Unsere Lösung für die Vielfalt der Anforderungen ist der intelligente Antriebsmix.

14 Unsere Roadmap für eine nachhaltige Mobilität

Antriebstechnologien		
Optimierung unserer Fahrzeuge mit modernsten Verbrennungsmotoren BlueEFFICIENCY, BlueDIRECT, BlueTEC, NGT	Weitere Effizienzsteigerung durch Hybridisierung HYBRID, BlueTEC HYBRID, Plug-in HYBRID	Emissionsfreies Fahren mit Elektrofahrzeugen Electric Drive E-CELL/E-CELL PLUS, F-CELL

Energieversorgung	
Saubere Kraftstoffe für Verbrennungsmotoren: synthetische Kraftstoffe, Biokraftstoffe, Erdgas	Energiequellen für emissionsfreies Fahren: Strom, Wasserstoff

15 Antriebstechnologien von Daimler

Anteil in Prozent	Fahrzeuge mit Ottomotor	Fahrzeuge mit Dieselmotor	Fahrzeuge mit Erdgasantrieb[1]	Fahrzeuge mit Hybridantrieb[2]	Fahrzeuge mit Elektroantrieb[3]
Europa	32,7	67,3	0,2	0,1	0,05
NAFTA	64,1	35,9			
Japan	51,8	48,2			

[1] 0,2 Prozent der im Jahr 2010 produzierten Fahrzeuge wurden als Erdgasvariante aufgebaut.
[2] Mit derzeit über 5.000 weltweit im Betrieb befindlichen Hybrid-Nutzfahrzeugen (inklusive Busse) ist Daimler Marktführer.
[3] Weltweit betreibt Daimler die größte Brennstoffzellenfahrzeugflotte (Pkw, Transporter und Busse) aller Hersteller. Seit November 2009 wird der smart electric drive in einer 1.500 Fahrzeuge umfassenden Serie produziert. Die A-Klasse E-CELL, die B-Klasse F-CELL und der Vito E-CELL werden ebenfalls bereits unter Serienbedingungen produziert.

UNSERE STRATEGIE FÜR DEN WEG ZUR EMISSIONSFREIEN MOBILITÄT

Das Automobil erlebt eine Zeitenwende. Die Erdölvorkommen sind begrenzt, und ihre Nutzung trägt zum Klimawandel bei. Gleichzeitig wächst weltweit der Mobilitätsbedarf und der Individualverkehr nimmt – mit entsprechenden Auswirkungen auf Umwelt und Klima – weiter zu. Unser Ziel ist es daher, den Verbrauch und die Emissionen unserer Fahrzeuge schon heute deutlich zu reduzieren und langfristig ganz zu vermeiden. Dafür entwickeln wir modernste Antriebstechnologien, die in allen Sparten des Straßenverkehrs die Mobilitätsanforderungen von heute und morgen erfüllen.

Klimaschutz und die Senkung der CO_2-Emissionen

In seinem vierten Bericht zum Klimawandel hat der Weltklimarat der Vereinten Nationen (Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC) 2007[1] festgestellt:

- Die CO_2-Konzentration in der Erdatmosphäre liegt heute deutlich höher als zu Beginn der industriellen Revolution (1750) und erreicht ein Niveau, das seit Jahrtausenden auf der Erde nicht herrschte.
- Die Klimaveränderungen sind messbar in steigenden Luft- und Wassertemperaturen, dem Abschmelzen von Schnee- und Eismassen sowie dem Anstieg des Meeresspiegels.
- Der Weltklimarat erachtet es für sehr wahrscheinlich, dass vor allem die von Menschen verursachten Treibhausgasemissionen für den Klimawandel verantwortlich sind.
- Demgegenüber ist der Beitrag natürlicher Vorgänge – etwa durch Vulkanismus sowie Schwankungen der Sonnenaktivität – deutlich kleiner. Er reicht nicht aus, die beobachteten Klimaveränderungen in Art, Geschwindigkeit und Ausmaß zu erklären.
- Bei gleichbleibenden oder gar steigenden CO_2-Emissionen sind daher mit großer Wahrscheinlichkeit Effekte auf das weltweite Klima im 21. Jahrhundert zu erwarten, die noch gravierender sein werden als jene, die bereits während des 20. Jahrhunderts zu beobachten waren.

Es gilt somit als gesichert, dass sich das Klima im weltweiten Durchschnitt wandelt und dass menschliche Einflüsse dabei eine große Rolle spielen.

Der Verkehr ist für rund 23 Prozent[2] aller von Menschen weltweit verursachten Energie- und prozessbedingten CO_2-Emissionen verantwortlich. Betrachtet man nur den Straßenverkehr, so ergibt sich ein Anteil von 17 Prozent[2]. Vor diesem Hintergrund zielt unsere Strategie darauf ab, die CO_2-Emissionen und den Verbrauch fossiler Kraftstoffe stetig weiter zu verringern. Im Rahmen unserer Strategie „The Road to Emission-free Mobility“ setzen wir dies für unsere Pkw und Nutzfahrzeuge um.

Quellen:

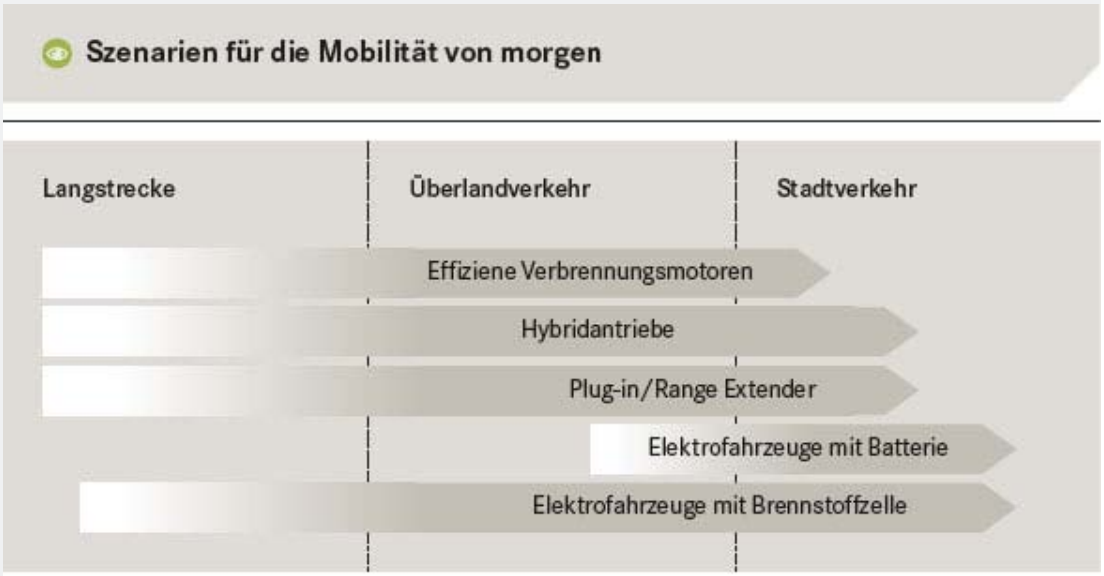
[1] IPCC, 2007: Contribution of Working Group III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change, 2007

[2] International Energy Agency.(IEA) 2010 : CO2 Emissions from Fuel Combustion Highlights (2010 Edition), Seite 65.

Im Rahmen unserer Strategie „The Road to Emission-free Mobility“ konzentrieren wir uns auf drei Handlungsschwerpunkte oder Bausteine:

- die Optimierung der Fahrzeuge mit modernsten Verbrennungsmotoren,
- die weitere Effizienzsteigerung durch Hybridisierung, also die Kombination von Verbrennungs- und Elektromotor,
- das emissionsfreie Fahren mit Elektrofahrzeugen mit Batterie oder Brennstoffzelle.

Szenarien für die Mobilität von morgen



Unterschiedliche Anforderungen verlangen unterschiedliche Antriebsarten. Im Fernverkehr punkten Otto- und Dieselmotoren wegen ihrer Reichweite, Effizienz und des weltweit verfügbaren Tankstellennetzes. Im Überlandverkehr gewinnen dagegen alternative Konzepte wie Hybridfahrzeuge an Bedeutung. Elektrofahrzeuge mit Batterie spielen ihre Vorteile im innerstädtischen Verkehr aus. Elektrofahrzeuge mit Brennstoffzelle sind für alle Einsatzzwecke geeignet. Unsere Lösung für die Vielfalt der Anforderungen ist der intelligente Antriebsmix.

14 Unsere Roadmap für eine nachhaltige Mobilität

Antriebstechnologien		
Optimierung unserer Fahrzeuge mit modernsten Verbrennungsmotoren BlueEFFICIENCY, BlueDIRECT, BlueTEC, NGT	Weitere Effizienzsteigerung durch Hybridisierung HYBRID, BlueTEC HYBRID, Plug-in HYBRID	Emissionsfreies Fahren mit Elektrofahrzeugen Electric Drive E-CELL/E-CELL PLUS, F-CELL

Energieversorgung	
Saubere Kraftstoffe für Verbrennungsmotoren: synthetische Kraftstoffe, Biokraftstoffe, Erdgas	Energiequellen für emissionsfreies Fahren: Strom, Wasserstoff

15 Antriebstechnologien von Daimler

Anteil in Prozent	Fahrzeuge mit Ottomotor	Fahrzeuge mit Dieselmotor	Fahrzeuge mit Erdgasantrieb[1]	Fahrzeuge mit Hybridantrieb[2]	Fahrzeuge mit Elektroantrieb[3]
Europa	32,7	67,3	0,2	0,1	0,05
NAFTA	64,1	35,9			
Japan	51,8	48,2			

[1] 0,2 Prozent der im Jahr 2010 produzierten Fahrzeuge wurden als Erdgasvariante aufgebaut.
[2] Mit derzeit über 5.000 weltweit im Betrieb befindlichen Hybrid-Nutzfahrzeugen (inklusive Busse) ist Daimler Marktführer.
[3] Weltweit betreibt Daimler die größte Brennstoffzellenfahrzeugflotte (Pkw, Transporter und Busse) aller Hersteller. Seit November 2009 wird der smart electric drive in einer 1.500 Fahrzeuge umfassenden Serie produziert. Die A-Klasse E-CELL, die B-Klasse F-CELL und der Vito E-CELL werden ebenfalls bereits unter Serienbedingungen produziert.

BAUSTEIN 1: OPTIMIERUNG DES VERBRENNUNGSMOTORS

Unser erster Baustein für eine nachhaltige Mobilität sind besonders energieeffiziente Fahrzeuge mit Hightech Verbrennungsmotoren – optimiert für deutlich weniger Verbrauch und Emissionen. Die neue Generation der BlueDIRECT V6- und V8-Motoren zeigt, wie viel Potenzial sich hier noch erschließen lässt.

Weitere Einsparungen erzielen wir durch die weiterentwickelte 7-Stufen-Automatik 7G-TRONIC PLUS mit optimiertem Wirkungsgrad, die ab 2010 zunächst in der S-Klasse und im CLS zum Einsatz kommt und sukzessive in allen Baureihen eingeführt wird.

In unserem Effizienzpaket BlueEFFICIENCY schließlich verbinden wir effiziente Motoren, Antriebssysteme und Getriebe mit Verbesserungen der Aerodynamik und des Energiemanagements. In der Summe sind damit Verbrauchseinsparungen von bis zu 30 Prozent möglich. Zum Jahresende 2010 waren 117 BlueEFFICIENCY Modelle (Mercedes-Benz Pkw und Transporter) am Markt verfügbar.

BlueEFFICIENCY – das Effizienzpaket von Mercedes-Benz

BlueEFFICIENCY von Mercedes-Benz bezeichnet eine Vielzahl intelligenter, innovativer Maßnahmen zur Senkung von Verbrauch und Emissionen. Je nach Modell kombinieren wir dabei die neuesten und effizientesten Motorengenerationen mit den jeweils wirkungsvollsten Maßnahmen zu Aerodynamik und Energiemanagement. Dazu gehören auch die ECO Start-Stopp-Funktion sowie Optimierungen bei Lenkung und Reifen. Jede einzelne Verbesserung spart vielleicht nur wenige Prozent Kraftstoff, in der Summe ist die Einsparung aber spürbar. So verringert das BlueEFFICIENCY Paket den Verbrauch und die CO_2-Emissionen insgesamt um bis zu 30 Prozent.

BlueEFFICIENCY für Transporter. Seit 2010 ist das Effizienzpaket BlueEFFICIENCY auch für Sprinter und Vito erhältlich. Hier umfasst es die folgenden Optionen:

	Vito mit Schaltgetriebe[1]	Vito mit Automatikgetriebe[1]	Sprinter[2]
Euro-5-Dieselmotor	X	X	X
Verbrauchsoptimiertes Schaltgetriebe ECO Gear	X		X
ECO Start-Stopp-Funktion	X		X
ECO Lenkhelfpumpe	X	X	
Batteriemanagement	X	X	
Geregelte Kraftstoffpumpe	X	X	
Innermotorische Maßnahmen	X	X	
Rollwiderstandsoptimierte Reifen	X	X	X
Schaltpunktanzeige	X		

[1] Das Effizienzpaket zählt zum Serienumfang bei Pkw-Zulassung, aber zur Sonderausstattung bei Nutzfahrzeugzulassung.

[2] Das Effizienzpaket gilt als Sonderausstattung.

Erdgasantriebe – Alternative für den urbanen Verkehr. Der Erdgasantrieb (Natural Gas Technology, NGT) stellt unter ökologischen wie ökonomischen Aspekten eine Alternative zu herkömmlichen Antriebskonzepten dar. Im Vergleich zu konventionellen Benzin- oder Dieselkraftstoffen liegen die Vorteile von Erdgas im geringeren Kohlenstoffgehalt und der emissionsarmen Verbrennung. Nachteilig sind die aufwendige Speicherung des Kraftstoffs im Fahrzeug sowie die eingeschränkte Versorgungsinfrastruktur. Unsere NGT-Pkw sind daher mit einem bivalenten Antrieb ausgestattet, der wahlweise mit Erdgas oder Superbenzin betrieben werden kann. Die Technologie ist derzeit in der Mercedes-Benz B- und E-Klasse erhältlich.

Im Nutzfahrzeugbereich bewähren sich Erdgasfahrzeuge vor allem im städtischen und stadtnahen Einsatz. Hier bieten wir den Mercedes-Benz Sprinter NGT als monound bivalente Variante an. Der Mercedes-Benz Citaro CNG,

der Econic NGT, der Fuso Canter, Fighter und Aero Star CNG, die Walk-in-Lieferfahrzeuge der Freightliner MT-45-Reihe und die Saf-T-Liner HDX CNG von Thomas Built Buses ergänzen unsere Palette der Erdgasfahrzeuge.

V6- und V8-Motoren – viel Power bei gezügeltem Verbrauch

Erheblich weniger Verbrauch bei deutlich mehr Leistung: So lautete das Entwicklungsziel der Motoreningenieure von Mercedes-Benz für die neue V-Motoren- Generation. Das Ergebnis ist heute im Fahrzeug erhältlich – und zeigt, dass auch stärker motorisierte Fahrzeuge umweltverträglicher genutzt werden können: Trotz spürbar mehr Power erreichen die neuen Sechs- und Achtzylinder-Ottomotoren eine enorme Verbrauchsreduktion. Der V8-Motor benötigt im Vergleich zum Vorgänger um bis zu 22 Prozent weniger Kraftstoff, das neue V6-Triebwerk ist um fast 24 Prozent sparsamer als sein Vorgänger.

Die neuen Motoren bestätigen, was unter Fachleuten unstrittig ist: Mit einer konsequenten Weiterentwicklung werden die noch vorhandenen Potenziale des Verbrennungsmotors auch erschlossen. Hinsichtlich Reichweite, Betankungszeit und Kosten bieten optimierte Verbrennungsmotoren im Vergleich zu anderen Antriebssystemen nach wie vor klare Vorteile. Vor allem aber lassen sich mit ihnen schon kurzfristig spürbare Verbrauchssenkungen im Alltagsbetrieb erzielen. So wichtig die heute viel diskutierten alternativen Antriebsarten vor allem in der Zukunftsperspektive sind, so unerlässlich ist es deshalb, die Potenziale der Verbrennungsmotoren so weit wie möglich auszuschöpfen.

Mit den neuen V-Motoren ist Mercedes-Benz der Spagat zwischen Kundenwünschen nach Leistung und Hubraum einerseits und den Belangen des Klimaschutzes andererseits gelungen. Den eindrucksvollen Effizienzsprung erzielten die Motoreningenieure durch ein ganzes Paket von Innovationen. Die wichtigsten: serienmäßige Start-Stopp-Einrichtung, optimierte Wasserpumpe, bedarfsgeregelte Ölpumpe, neuer Nockenwellenversteller, neu entwickelte Benzin-Direkteinspritzung mit strahlgeführter Verbrennung, Mehrfacheinspritzung und Mehrfunkenzündung. Dabei ist die neue Motorenfamilie durchaus zukunftsfähig: Weil sie modular aufgebaut ist, lässt sie sich auch mit Zukunftstechnologien wie etwa einem Hybridmodul verbinden.

BAUSTEIN 2: HYBRIDISIERUNG

Unser zweiter Baustein auf dem Weg zu nachhaltiger Mobilität ist die bedarfsgerechte Hybridisierung des Antriebs. Dafür haben wir einen modularen Hybrid -Systembaukasten entwickelt, der in puncto Leistung und Einsatzspektrum vielfältige Ausbaumöglichkeiten bietet. Nach der Einführung des S 400 HYBRID und des ML 450 HYBRID im Jahr 2009 folgt 2011/2012 mit dem E 300 BlueTEC HYBRID erstmals auch ein Dieselhybrid. Dank des Doppelantriebs wird er im Schnitt nur 4,1 Liter auf 100 Kilometer verbrauchen.

Nutzfahrzeuge mit Hybridantrieb zeigen ihre Genügsamkeit vor allem im Stadtverkehr, etwa als Stadtlinienbus oder Lkw im Verteilerverkehr. Ihre Verbrennungs- und Elektromotoren werden je nach Fahrzeugtyp und Fahrsituation anders angeordnet: In seriellen Hybridsystemen erfolgt der Antrieb ausschließlich über den Elektromotor, bei parallelen Hybridsystemen treiben Verbrennungs- und Elektromotor das Fahrzeug einzeln oder gemeinsam an.

Die Architektur des parallelen Hybridantriebs, wie er zum Beispiel im Atego BlueTec Hybrid eingesetzt wird, erlaubt elektrisches Anfahren, Rekuperation und Boosten mithilfe des Elektromotors. Bei Stadtbussen nutzen wir aufgrund der anderen Fahrsituationen und Betriebsweisen ein serielles System. Hierbei treibt der Verbrennungsmotor einen Generator an, um mit dessen Energie einen elektrischen Fahrmotor zu speisen. Insgesamt waren Ende 2010 mehr als 5.000 Hybrid-Lkw und -Busse von Daimler weltweit im Einsatz.

Baureihenübergreifende Hybridisierung

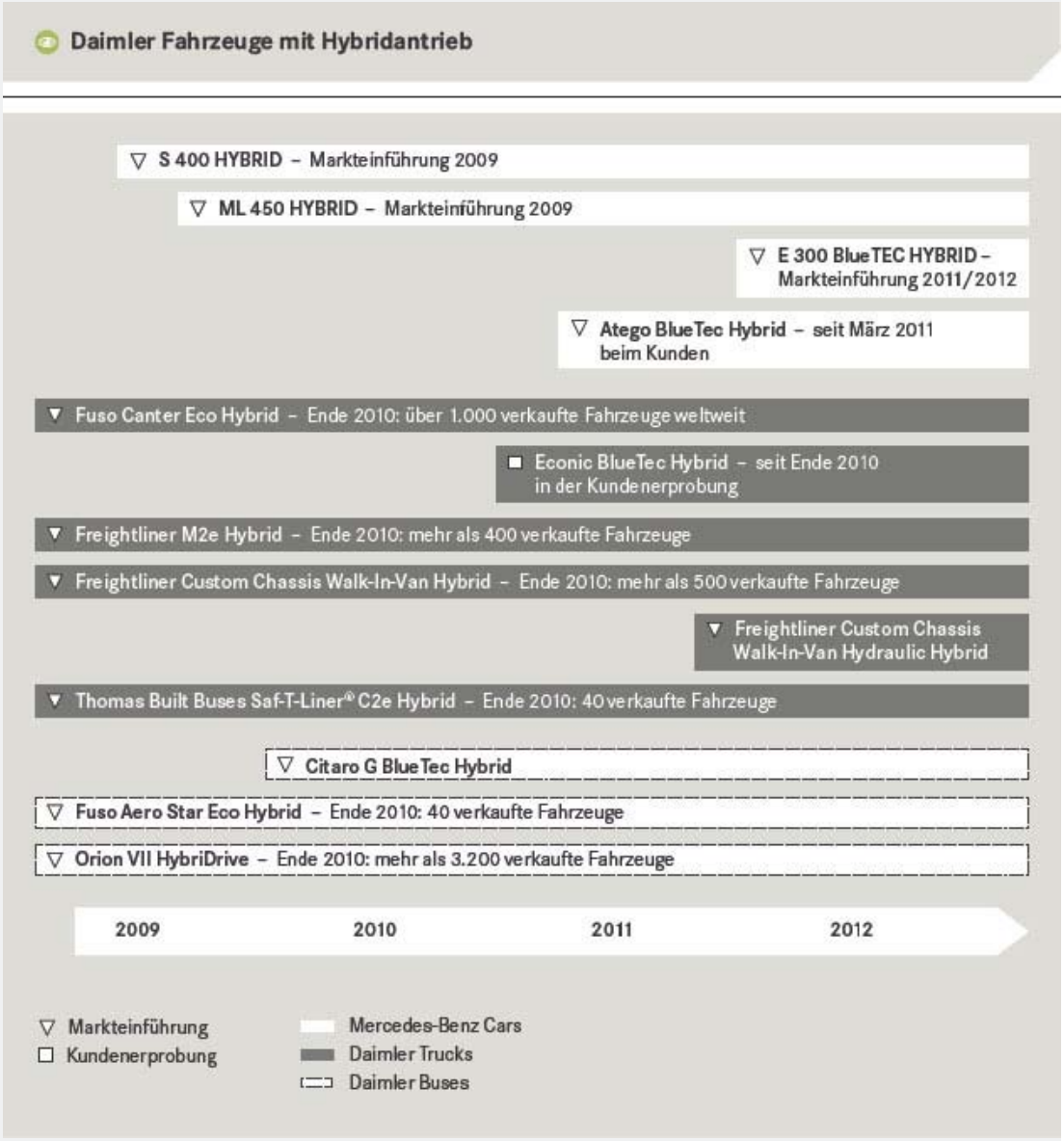
Bedarfsgerechte Hybridisierung im Pkw

Daimler will die vielfältigen Anforderungen seiner Kunden erfüllen und ihnen maßgeschneiderte Lösungen anbieten. Deshalb setzen wir mit einem intelligenten Baukastensystem auf eine bedarfsgerechte Hybridisierung in unterschiedlichen Ausbaustufen, die Kundennutzen, Umweltverträglichkeit und Wirtschaftlichkeit gleichermaßen berücksichtigt. Mit Baukastenkomponenten von der komfortablen Start-Stopp-Funktion über Rekuperation und Boost-Effekt bis hin zum rein elektrischen Fahren wird ein vielfältiges Angebot hocheffizienter Hybridantriebe ermöglicht. Auf dieser Basis werden wir neue Hybridmodelle auf den Markt bringen, darunter auch Dieselhybride mit BLUETEC-Technologie wie den E 300 BlueTEC HYBRID.

Der E 300 BlueTEC HYBRID

Mit innovativen Hybridkomponenten und einer ausgefeilten Betriebsstrategie kann der E 300 BlueTEC HYBRID deutliche Verbrauchsreduktionen realisieren:

- Dank einer Trennkupplung zwischen Motor und E-Maschine kann die Limousine kurze Fahrstrecken mit bis zu 35 km/h rein elektrisch zurücklegen. Der Verbrennungsmotor muss beim Stop-and-go-Verkehr in der Stadt oder beim Rangieren in Parklücken meist gar nicht gestartet werden.
- Bei Überland- und Autobahnfahrten erkennt die intelligente Elektronik die Fahrsituation und verschiebt den Lastpunkt des Verbrennungsmotors automatisch hin zu einem geringeren spezifischen Verbrauch. Dies hilft, Kraftstoff zu sparen und Emissionen zu verringern.
- Der Verbrennungsmotor des neuen Dieselhybrids schaltet schon während des Ausrollens unterhalb von 80 km/h ab. Der E-Motor hält dann die Geschwindigkeit allein konstant. Fachleute nennen diesen Fahrzustand „segeln“.
- Der Dieselmotor startet komfortabel, sobald der Fahrer den Fuß von der Bremse nimmt, Gas gibt oder während des Beschleunigens eine Grenzgeschwindigkeit erreicht.
- Die Rekuperation setzt ein, sobald der Fahrer den Fuß vom Gaspedal nimmt. Dann funktioniert der Elektromotor als Generator und wandelt die Bewegungsenergie in elektrische Energie um, die in der Hochvoltbatterie gespeichert wird. Auch beim Bremsen wird ein Teil der Bewegungsenergie in elektrische Energie umgewandelt.


Daimler Fahrzeuge mit Hybridantrieb
S 400 HYBRID – Markteinführung 2009
ML 450 HYBRID – Markteinführung 2009
E 300 BlueTEC HYBRID – Markteinführung 2011/2012
Atego BlueTec Hybrid – seit März 2011 beim Kunden
Fuso Canter Eco Hybrid – Ende 2010: über 1.000 verkaufte Fahrzeuge weltweit
Econic BlueTec Hybrid – seit Ende 2010 in der Kundenerprobung
Freightliner M2e Hybrid – Ende 2010: mehr als 400 verkaufte Fahrzeuge
Freightliner Custom Chassis Walk-In-Van Hybrid – Ende 2010: mehr als 500 verkaufte Fahrzeuge
Freightliner Custom Chassis Walk-In-Van Hydraulic Hybrid
Thomas Built Buses Saf-T-Liner® C2e Hybrid – Ende 2010: 40 verkaufte Fahrzeuge
Citaro G BlueTec Hybrid
Fuso Aero Star Eco Hybrid – Ende 2010: 40 verkaufte Fahrzeuge
Orion VII HybriDrive – Ende 2010: mehr als 3.200 verkaufte Fahrzeuge
2009
2010
2011
2012
Markteinführung
Kundenerprobung
Mercedes-Benz Cars
Daimler Trucks
Daimler Buses

Hybridisierung im Nutzfahrzeug

Auch bei den Nutzfahrzeugen nehmen Hybridtechniken eine Schlüsselfunktion auf dem Weg zum emissionsfreien Antrieb ein. Beim Dieselverbrauch versprechen sie, je nach Einsatzart, Einsparungen von bis zu einem Drittel. Das zeigen Erfahrungen aus den USA und Japan, wo unsere Kunden Omnibusse und Lkw der Daimler-Marken Orion, Freightliner und Fuso bereits in großen Stückzahlen einsetzen.

Verteilerverkehr – Modelle im Serien- oder Testbetrieb

Fuso Canter Eco Hybrid. Der Canter Eco Hybrid verbraucht rund 20 Prozent weniger Kraftstoff als ein vergleichbarer Diesel-Lkw. Diese Einsparung erzielt das Fahrzeug, indem es den Betriebsmodus immer genau an die Fahrsituation anpasst. Zum Anfahren wird der Elektroantrieb genutzt. Bei starker Beschleunigung schaltet sich der Dieselmotor zu, der auch bei gleichmäßiger Fahrt den Antrieb übernimmt. In Asien sind inzwischen rund 1.000 dieser Fahrzeuge im Einsatz, zehn weitere werden aktuell in einem dreijährigen

Flottentest in London bei acht verschiedenen Kunden erprobt.

Freightliner M2^{e} Hybrid. Der mit dem „Hybrid Electric Drivetrain System“ ausgestattete Lkw nutzt den elektrischen Teil des Antriebs auch zum emissionsfreien und leisen Betrieb der Nebenaggregate. Auf diese Weise erzielt der M2^{e} Hybrid im Vergleich zum herkömmlichen, dieselbetriebenen M2 106 eine Kraftstoffersparnis von bis zu 30 Prozent.

Mercedes-Benz Atego BlueTec Hybrid. Der Parallelhybrid kombiniert einen Vierzylinder-Dieselmotor nach EU-Abgasrichtlinie Euro V mit einem Elektromotor, der sich aus leistungsstarken Lithium-Ionen-Batterien speist. Nach dem erfolgreichen Einsatz der ersten Prototypen bei Kunden haben wir Anfang 2011 eine Flotte von 50 Atego BlueTec Hybrid der nächsten Evolutionsstufe an deutsche Kunden im Bereich Verteilerverkehr ausgeliefert. Ziel ist es, die Alltagstauglichkeit des Hybrid-Lkw im Kundeneinsatz zu untermauern. Der Atego BlueTec Hybrid wurde im Herbst 2010 zum „Truck of the Year 2011“ gekürt und mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2010 ausgezeichnet.

Öffentlicher Nahverkehr – Modelle im Serien- oder Testbetrieb

Orion VII HybriDrive. Rund 3.000 Orion-VII-Busse mit dieselelektrischem Hybridantrieb sind heute bereits auf den Straßen unterwegs. Der serielle Hybridantrieb im Orion senkt den Kraftstoffverbrauch im Vergleich zu herkömmlichen Linienbussen um bis zu 25 Prozent. Ein Verbrennungsmotor treibt einen Generator an, Lithium-Ionen-Batterien übernehmen die Energieversorgung.

Fuso Aero Star Eco Hybrid. Der Niederflurbus Aero Star Eco Hybrid ist der erste in Serie gefertigte Hybridbus aus Asien und wird derzeit für den japanischen Markt produziert. Der Bus fährt mit einem seriellen Hybridantrieb. Dabei treibt der Dieselmotor nicht die Achse, sondern einen Generator an. Dieser versorgt zwei elektrische Fahrmotoren und lädt eine Lithium-Ionen-Batterie.

Thomas Built Saf-T-Liner® C2^{e} Hybrid. Seit 2009 ist in Nordamerika eine Hybridausführung des Schulbusses von Thomas Built Buses erhältlich: der Saf-T-Liner® C2 Hybrid. Analog zu schweren Transportern und Lkw von Freightliner verwendet Thomas Built Buses einen Parallelhybrid.

Mercedes-Benz Citaro G BlueTec Hybrid. Der Citaro G BlueTec Hybrid ist bislang der einzige Hybridbus, der Teilstrecken rein elektrisch ohne Dieselmotor fahren kann und nahezu geräuschlos an die Haltestelle kommt. Der Dieselmotor arbeitet in diesem seriellen Hybridbus nicht als ständiges Antriebsaggregat, sondern treibt bei Bedarf den Generator zur Stromerzeugung an. Diesen Strom speichern Lithium-Ionen-Batterien auf dem Dach des Citaro. Den eigentlichen Antrieb der Räder übernehmen vier elektrische Radnabenmotoren an Mittel- und Hinterachse des Gelenkomnibusses. Der Mercedes-Benz Citaro G BlueTec Hybrid reduziert den Dieselverbrauch im Vergleich zum herkömmlichen Citaro um bis zu 30 Prozent. Im Jahr 2010 haben mehrere europäische Städte den Citaro G BlueTec Hybrid in die Praxiserprobung aufgenommen.

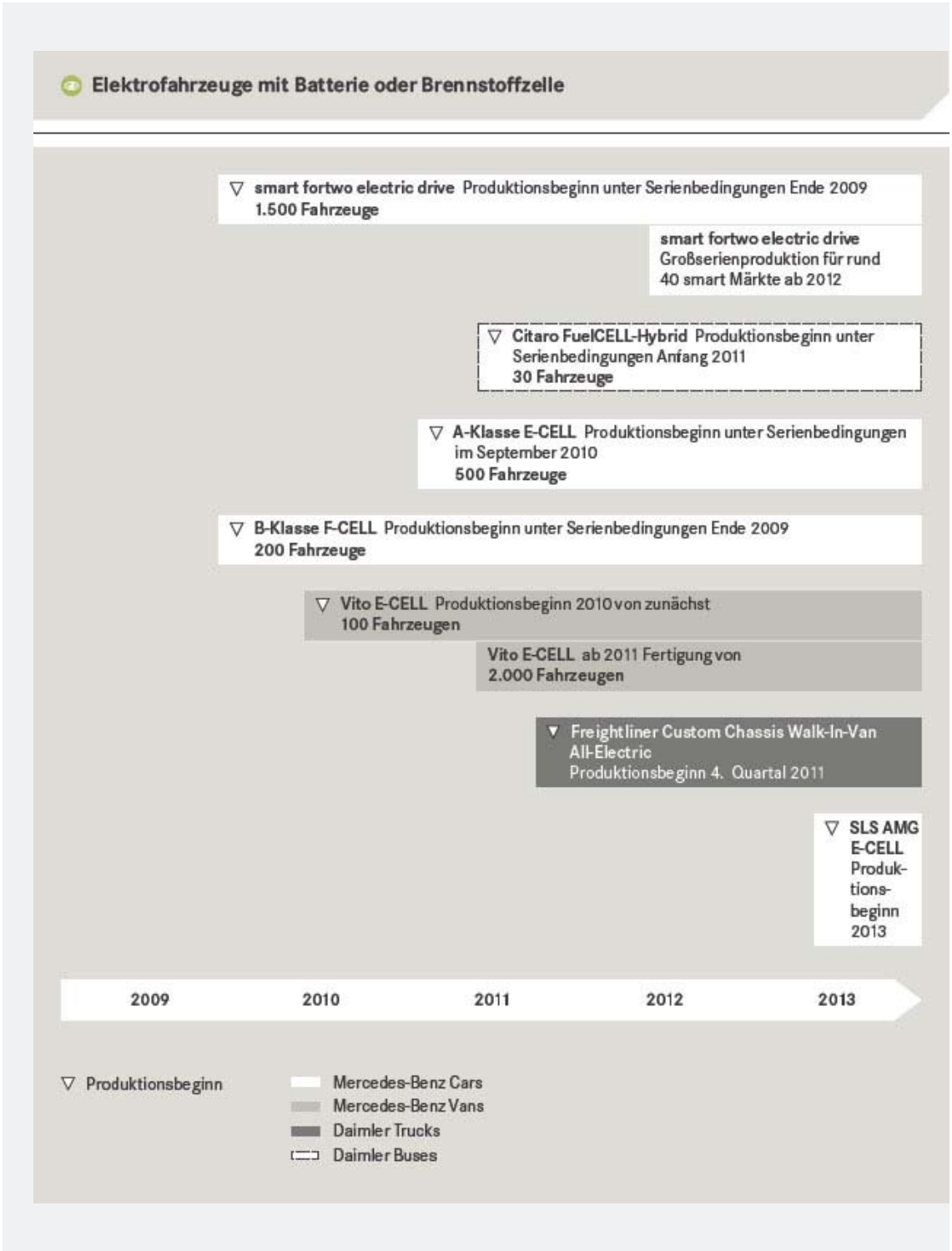
BAUSTEIN 3: EMISSIONSFREIES FAHREN

Emissionsfreies Fahren mit Elektrofahrzeugen mit Batterie- oder Brennstoffzellenantrieb ist das dritte Element unserer Antriebsstrategie.

Elektroantrieb mit Brennstoffzelle oder Batterie

Technische Daten der Daimler-Brennstoffzellenfahrzeuge	B-Klasse F-CELL	Citaro Fuel CELL-Hybrid
Brennstoffzellensystem Stackleistung [kW]	90	120
Brennstoffzellensystem Art	CH_2 (Druckwasserstoff)	LCH_2 (Flüssigwasserstoff)
Elektromotor max. Leistung [kW]	> 100	2 x 120
Höchstgeschwindigkeit [km/h]	170	70
Reichweite [km]	385	250

Technische Daten der Daimler-Elektrofahrzeuge mit Batterie	smart fortwo electric drive	A-Klasse E-CELL	SLS AMG E-CELL	Vito E-CELL
Antrieb	Elektromotor	Lithium-Ionen-Batterie		
Dauerleistung [kW / PS]	20/27	50/68		60/82
Spitzenleistung (Boost) [kW/PS]	30/41	70/95	392/533	70/95
Nenndrehmoment [Nm]	120	290	880	280
Höchstgeschwindigkeit [km/h]	103	150	250	80
Beschleunigung 0-50 km/h [s]				5,0
Beschleunigung 0-60 km/h [s]	6,5	5,5		
Beschleunigung 0-100 km/h [s]			4,0	
Ladezeit für 100 km Reichweite (NEFZ) an Haushaltssteckdose (230V)	4 - 5 h	8 h		max. 12 h
Reichweite [km] NEFZ	135	> 200	> 200	130
Energieinhalt Lithium-Ionen Batteriesystem [kWh]	16,5	36	48	36



Pkw und Busse mit Brennstoffzellenantrieb. 2010 haben wir mit der Auslieferung der ersten 200 Fahrzeuge der B-Klasse F-CELL an Kunden begonnen. Die Komponenten des Brennstoffzellenantriebs der B-Klasse F-CELL stammen aus dem E-Drive-Systembaukasten, den Mercedes-Benz für unterschiedlichste Elektrofahrzeuge entwickelt hat.

Die gleichen Komponenten kommen auch im Citaro FuelCELL-Hybrid zum Einsatz. In diese dritte Generation der Mercedes-Benz Brennstoffzellenbusse sind Erfahrungen mit den ersten beiden Generationen wie auch mit dem dieselelektrischen Citaro G BlueTec Hybrid eingeflossen. Verglichen mit den Vorläufern der zweiten Generation konnten wir den Wasserstoffverbrauch beim Citaro FuelCELL-Hybrid halbieren. Dies gelang durch die

Hybridisierung des Antriebs, das effiziente Energiemanagement und das weiterentwickelte Brennstoffzellensystem. Das Fahrzeug wird in einer Kleinserie von insgesamt 30 Bussen gebaut und ab 2011 zunächst in Hamburg erprobt.

Elektro-Pkw und Transporter mit Batterie. Den smart fortwo electric drive der zweiten Generation kann man heute in verschiedenen Städten Europas, den englischen Midlands und in nordamerikanischen Metropolen auf der Straße sehen. Er ist dort im Rahmen von Erprobungsprojekten unterwegs. Aufgrund der großen Nachfrage haben wir im Herbst 2010 das Produktionsvolumen auf über 1.500 Fahrzeuge angehoben. Ab 2012 wird der smart fortwo electric drive in fast 40 smart Märkten in den Showrooms stehen.

Darüber hinaus fertigen wir seit Herbst 2010 insgesamt 500 A-Klasse E-CELL. Die Fahrzeuge werden in mehreren europäischen Ländern im Rahmen eines Full-Service-Mietmodells an ausgewählte Kunden ausgeliefert.

Viele Fahrten auf kurzer Strecke, häufiges Anhalten und Starten sowie eine gleichmäßige tägliche Fahrleistung machen den Lieferverkehr zum idealen Einsatzfeld von Elektrofahrzeugen. Der Vito E-CELL ist das erste serienmäßige Nutzfahrzeug in seiner Klasse mit ausschließlich elektrischem Antrieb. Der Transporter wird seit Dezember 2010 auf Serienbändern produziert. Im Rahmen eines Flottenversuchs sind zunächst jeweils 50 Fahrzeuge in Berlin und Stuttgart unterwegs. Ab 2011 sollen insgesamt 2.000 Fahrzeuge gebaut werden.

H2 Mobility – Initiative für den Aufbau einer Wasserstoffinfrastruktur. Voraussetzung für eine breite Kundenakzeptanz und eine zügige Verbreitung von Elektrofahrzeugen ist eine flächendeckende Tank- und Stromlade-Infrastruktur. Deshalb engagiert sich Daimler für den Aufbau von Stromladestationen und Wasserstofftankstellen. So arbeitet das Unternehmen gemeinsam mit dem Bundesverkehrsministerium und Partnern aus der Energiewirtschaft im Rahmen der Initiative „H2 Mobility“ am Aufbau einer Wasserstoffinfrastruktur in Deutschland.

e-mobility Baden-Württemberg – Infrastrukturlösungen für Elektroautos. Im Juni 2010 haben Daimler und die EnBW Energie Baden-Württemberg AG gemeinsam „e-mobility Baden-Württemberg“ gestartet. Ihr Ziel ist es, das Bundesland zur Vorbildregion für lokal emissionsfreie Elektromobilität zu machen. Startpunkt der Initiative ist Stuttgart, ein weiterer regionaler Schwerpunkt wird Karlsruhe sein. Rund 200 Fahrzeuge der Marken smart und Mercedes-Benz, die je nach Modell mit batterieelektrischem oder Brennstoffzellenantrieb ausgerüstet sind, werden im Rahmen von „e-mobility Baden-Württemberg“ eingesetzt.

OPTIRESOURCE – Onlinetool zur Bestimmung der Energieeffizienz. Um die Energieeffizienz unterschiedlicher Antriebstechnologien, Kraftstoffe und Energiequellen zu berechnen, haben wir das Onlinetool OPTIRESOURCE entwickelt. Es ermöglicht die Betrachtung von der Energiequelle bis zum angetriebenen Rad (Well-to-Wheel).

Mehr zu OPTIRESOURCE

Unser Onlinetool OPTIRESOURCE ermöglicht die Berechnung der Energieeffizienz von Pkw-Antrieben von der Energiequelle bis zum angetriebenen Rad („Well-to-Wheel“). Basierend auf Studien zur ganzheitlichen Energiebilanzierung lassen sich unterschiedliche Kombinationen von Energiequellen, Kraftstoffen und Fahrzeugantrieben betrachten. Das Ergebnis stellt die Energieeffizienz der ausgewählten Kombination im Vergleich zu einem aktuellen Benzinfahrzeug der Kompaktklasse dar.

Mehr zu Well-to-Wheel

UNSERE KRAFTSTOFF-ROADMAP

Neben der Weiterentwicklung des Antriebs tragen auch verbesserte fossile sowie hochwertige alternative Kraftstoffe zu einer optimalen Umweltbilanz des gesamten Antriebssystems bei. Sie sind daher ein wichtiger Baustein unserer Roadmap zur nachhaltigen Mobilität. Unser Weg zum Kraftstoff der Zukunft führt von sauberen konventionellen Kraftstoffen über Biokraftstoffe hin zu regenerativ erzeugtem Wasserstoff oder Strom. Wir erproben neuartige Kraftstoffe in unseren Fahrzeugen und arbeiten mit Partnern aus Politik, Forschung und Wirtschaft zusammen, um zu erreichen, dass mehr alternative und CO_2-ärmere Kraftstoffe verwendet werden. Dazu gilt es, die Herstellungstechnologien sowie den Aufbau einer geeigneten Infrastruktur voranzutreiben.

Kraftstoff-Roadmap von Daimler

Die Kraftstoff-Roadmap von Daimler

	Regenerativer Wasserstoff und Elektrizität	8	basierend auf regenerativer Energie
2. Generation Biokraftstoffe	BTL, Biogas	7	basierend auf Biomasse
	Hydrierte Pflanzenöle	6	
1. Generation Biokraftstoffe	Biodiesel, Bioethanol	5	
	Wasserstoff[1]	4	basierend auf Erdgas
	Gas to Liquid (GTL)[2]	3	
	Compressed Natural Gas (CNG)	2	
	Verbesserte konventionelle Kraftstoffe schwefelfrei, niedriger Aromatengehalt	1	basierend auf Rohöl

verringerte Emissionen, weniger CO_2

[1] aus Dampfreformation
[2] WtW-CO_2-Emissionen vergleichbar zu Dieselkraftstoff

1. Konventionelle Kraftstoffe wie Benzin und Diesel werden auch in den nächsten Jahren eine maßgebliche Rolle spielen. Sie müssen deshalb weiter optimiert werden. Das Ziel dabei: weltweit schwefelfreier Kraftstoff mit niedrigem Aromatengehalt.

2. CNG (Compressed Natural Gas) ist aus unserer Sicht eine vielversprechende Option für bestimmte Einsatzzwecke. CNG ist kohlenstoffärmer als Benzin oder Diesel. Bei seiner Nutzung entstehen deshalb 20 Prozent weniger CO_2 als bei der Verwendung von Benzin.

3. GTL-Kraftstoffe (Gas-to-Liquid) sind neben BTL -Kraftstoffen (Biomass-to-Liquid) die saubersten und hochwertigsten Kraftstoffe für Dieselmotoren. GTL-Diesel ist schwefel- und aromatenfrei und kann in gewissen Grenzen auf die Anforderungen des Verbrennungsmotors abgestimmt werden. Die CO_2-Emissionen (Well-to-Wheel) sind etwa gleich hoch wie bei mineralischem Dieselkraftstoff.

4. Wasserstoff ist der Energieträger für Brennstoffzellenautos. In der Brennstoffzelle eingesetzt reagiert Wasserstoff mit Sauerstoff zu Wasser. Dabei entsteht elektrische Energie. Bislang wird der weltweit benötigte

Wasserstoff größtenteils durch Dampfreformation aus Erdgas erzeugt. Da diese Wasserstoffherstellung mit CO_2-Emissionen einhergeht, müssen geeignete wirtschaftliche Verfahren zur Herstellung aus regenerativen Quellen entwickelt werden.

5. Biokraftstoffe der ersten Generation, wie Bioethanol (aus Getreide oder Zuckerrüben) und Biodiesel sind als Beimischungen zu herkömmlichen fossilen Treibstoffen – im Rahmen der für die Fahrzeuge verträglichen Konzentrationen – eine sinnvolle kurz- bis mittelfristige Option, sofern negative Auswirkungen auf die Nahrungsmittelproduktion und den Verbrauch natürlicher Flächen vermieden werden. Da Biodiesel Qualitätsdefizite aufweist, muss sein Anteil im Dieselkraftstoff aus technischen Gründen auf maximal 7 Volumenprozent beschränkt bleiben.

6. Hydrierte Pflanzenöle (Hydrotreated Vegetable Oils, HVO) sind emissionsarm und werden bereits industriell hergestellt. Wie für Biokraftstoffe der ersten und zweiten Generation ist es erforderlich, beim Anbau der Biomasse entsprechende Nachhaltigkeitsstandards (wie zum Beispiel die Biokraftstoff-Nachhaltigkeitsverordnung) einzuhalten, um eine positive Umweltbilanz sicherzustellen. Sie können ohne Einschränkung in höheren Anteilen dem Dieselkraftstoff beigemischt werden und eignen sich somit als Zwischenstufe bis zur Einführung von Biokraftstoffen der zweiten Generation. Nach derzeitigen Schätzungen werden ab 2011/2012 weltweit rund 2 Mio. Tonnen HVO (NesteOil-Verfahren) zur Verfügung stehen.

7. Biokraftstoffe der zweiten Generation, wie BTL (Biomass-to-Liquid), werden an Bedeutung gewinnen, sobald sie großindustriell hergestellt werden können. Daimler fördert die Entwicklung und den Einsatz dieser weitgehend CO_2-neutralen synthetischen Biokraftstoffe. Sie nutzen die Biomasse optimal, sind schwefel- und aromatenfrei. Ein weiterer Vorteil: Sie können aus Ersatz- und Reststoffen gewonnen werden und stehen somit nicht im direkten Wettbewerb zur Nahrungs- und Futtermittelproduktion. Mit BTL-Kraftstoff lassen sich zudem Partikel-, CO- und HC-Emissionen vermindern. Das Treibhausgas-Reduktionspotenzial (Well-to-Wheel) liegt – abhängig von der jeweils eingesetzten Biomasse und dem Produktionsverfahren – bei bis zu 90 Prozent.

Neben BTL kann man mit Biogas (Compressed BioGas, CBG) aus nachwachsenden Rohstoffen den höchsten Energieertrag pro Hektar erzielen. Erdgasfahrzeuge können das zu Erdgasqualität aufbereitete Biogas ohne technische Änderung tanken. CBG wird durch anaerobe Vergärung von Biomasse, Gülle und Abwasser gewonnen. Seine Verwendung ermöglicht – je nach der verwendeten Biomasse und dem Herstellverfahren – Treibhausgas-Reduktionen (Well-to-Wheel) von bis zu 80 Prozent.

8. Regenerativ erzeugter Wasserstoff sowie Elektrizität sind die Kraftstoffe der Zukunft. Eingesetzt in der Brennstoffzelle beziehungsweise im Batteriefahrzeug garantieren sie eine emissions- und CO_2-freie Mobilität. Herstellungswege für regenerativen Wasserstoff sind zum Beispiel die Elektrolyse mit regenerativem Strom (Wasserkraft, Wind- und Solarenergie, Geothermie) oder auch die Biomassevergasung.

Qualitativ hochwertige Biokraftstoffe verringern die Abhängigkeit von fossilen Energieträgern und leisten einen großen Beitrag zur Emissionsreduktion. Bioethanol und Biodiesel sind Biokraftstoffe der ersten Generation, die sich vor allem als Beimischung zu herkömmlichen Kraftstoffen eignen.

Jatropha – Fortsetzung einer Erfolgsgeschichte. Aus dem Samen der Jatropha-Pflanze lässt sich ein hochwertiger Biodieselkraftstoff herstellen. Der Jatropha-Diesel zeichnet sich durch eine positive CO_2-Bilanz aus und bietet klare ökologische Vorteile gegenüber fossilem Dieselkraftstoff. Dies vor allem, wenn die Standortvorteile der Pflanze genutzt werden. So kann Jatropha auf kargen, erodierten Böden angebaut werden, wo keine Pflanzen für die Nahrungsmittelproduktion wachsen. Anfang 2010 hat Daimler im Süden Indiens ein neues Jatropha-Projekt gestartet. Bauern der lokalen Dorfgemeinschaften bauen dort die Jatropha-Pflanze an und ernten ihre Nüsse für die Produktion von Dieselkraftstoff – mit besten Aussichten: Die indische Regierung schreibt bis 2017 einen Anteil von 20 Prozent Biosprit an allen Kraftstoffen vor und setzt dabei vor allem auf Jatropha.

Palmöl – Alternative mit Einschränkungen. In einem dreijährigen Pilotversuch erprobt Daimler – gemeinsam mit der Deutschen Post DHL, dem Energiekonzern OMV, der Stuttgarter Straßenbahnen AG und dem finnischen Mineralölkonzern Neste Oil – derzeit den Einsatz des Dieselkraftstoffs NExBTL. Ziel des Feldtests mit zehn Mercedes-Benz Lkw und vier Mercedes-Benz Citaro Stadtbussen ist es, zu untersuchen, inwieweit sich der aus hydrierten Pflanzenölen (HVO) hergestellte Biokraftstoff in Serienfahrzeugen einsetzen lässt und wie viel Emissionen dies in der Praxis einspart. Klar wurde bereits, dass bei der Verbrennung von NExBTL im Motor

deutlich weniger Schadstoffe ausgestoßen werden. Verglichen mit fossilen Kraftstoffen sinken die Stickstoffemissionen um bis zu 15 Prozent, die CO_2-Emissionen verringern sich in der gesamten Kette, vom Anbau des Rohstoffs bis zum Einsatz im Fahrzeug, um mehr als 60 Prozent. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass das als Rohstoff verwendete Palmöl nachhaltig angebaut wird und für seine Gewinnung keine Urwaldflächen gerodet oder landwirtschaftliche Nutzflächen in Anbauflächen für Energiepflanzen umgewandelt werden. Um dies sicherzustellen, hat Neste Oil strenge Regeln für die Produktion der Rohstoffe für NExBTL festgelegt. Der Ölkonzern bestätigt, die Lieferanten vertraglich zu nachhaltiger Produktion zu verpflichten, und sichert seinen Kunden zu, dass der Kraftstoff zu 100 Prozent nachhaltig produziert ist.

Für Daimler muss auf dem Weg zu einem wirksamen und nachhaltigen Biokraftstoff immer auch die Produktion der Ausgangsstoffe berücksichtigt werden. Die Reduktion von CO_2-Emissionen kann beispielsweise die Rodung tropischer Urwaldflächen bei der Palmölgewinnung oder die Ausweitung der Anbauflächen auf landwirtschaftliche Nutzflächen im Falle des Jatropha-Anbaus nicht rechtfertigen. Längerfristig sind daher synthetische Kraftstoffe, die aus biogenen Reststoffen gewonnen werden und nicht in Konkurrenz zur Nahrungs- und Futtermittelproduktion stehen, die bessere Alternative.

UNSERE KRAFTSTOFF-ROADMAP

Neben der Weiterentwicklung des Antriebs tragen auch verbesserte fossile sowie hochwertige alternative Kraftstoffe zu einer optimalen Umweltbilanz des gesamten Antriebssystems bei. Sie sind daher ein wichtiger Baustein unserer Roadmap zur nachhaltigen Mobilität. Unser Weg zum Kraftstoff der Zukunft führt von sauberen konventionellen Kraftstoffen über Biokraftstoffe hin zu regenerativ erzeugtem Wasserstoff oder Strom. Wir erproben neuartige Kraftstoffe in unseren Fahrzeugen und arbeiten mit Partnern aus Politik, Forschung und Wirtschaft zusammen, um zu erreichen, dass mehr alternative und CO_2-ärmere Kraftstoffe verwendet werden. Dazu gilt es, die Herstellungstechnologien sowie den Aufbau einer geeigneten Infrastruktur voranzutreiben.

Kraftstoff-Roadmap von Daimler

Die Kraftstoff-Roadmap von Daimler

	Regenerativer Wasserstoff und Elektrizität	8	basierend auf regenerativer Energie
2. Generation Biokraftstoffe	BTL, Biogas	7	basierend auf Biomasse
	Hydrierte Pflanzenöle	6	
1. Generation Biokraftstoffe	Biodiesel, Bioethanol	5	
	Wasserstoff[1]	4	basierend auf Erdgas
	Gas to Liquid (GTL)[2]	3	
	Compressed Natural Gas (CNG)	2	
	Verbesserte konventionelle Kraftstoffe schwefelfrei, niedriger Aromatengehalt	1	basierend auf Rohöl

verringerte Emissionen, weniger CO_2

[1] aus Dampfreformation
[2] WtW-CO_2-Emissionen vergleichbar zu Dieselkraftstoff

1. Konventionelle Kraftstoffe wie Benzin und Diesel werden auch in den nächsten Jahren eine maßgebliche Rolle spielen. Sie müssen deshalb weiter optimiert werden. Das Ziel dabei: weltweit schwefelfreier Kraftstoff mit niedrigem Aromatengehalt.

2. CNG (Compressed Natural Gas) ist aus unserer Sicht eine vielversprechende Option für bestimmte Einsatzzwecke. CNG ist kohlenstoffärmer als Benzin oder Diesel. Bei seiner Nutzung entstehen deshalb 20 Prozent weniger CO_2 als bei der Verwendung von Benzin.

3. GTL-Kraftstoffe (Gas-to-Liquid) sind neben BTL -Kraftstoffen (Biomass-to-Liquid) die saubersten und hochwertigsten Kraftstoffe für Dieselmotoren. GTL-Diesel ist schwefel- und aromatenfrei und kann in gewissen Grenzen auf die Anforderungen des Verbrennungsmotors abgestimmt werden. Die CO_2-Emissionen (Well-to-Wheel) sind etwa gleich hoch wie bei mineralischem Dieselkraftstoff.

4. Wasserstoff ist der Energieträger für Brennstoffzellenautos. In der Brennstoffzelle eingesetzt reagiert Wasserstoff mit Sauerstoff zu Wasser. Dabei entsteht elektrische Energie. Bislang wird der weltweit benötigte

Wasserstoff größtenteils durch Dampfreformation aus Erdgas erzeugt. Da diese Wasserstoffherstellung mit CO_2-Emissionen einhergeht, müssen geeignete wirtschaftliche Verfahren zur Herstellung aus regenerativen Quellen entwickelt werden.

5. Biokraftstoffe der ersten Generation, wie Bioethanol (aus Getreide oder Zuckerrüben) und Biodiesel sind als Beimischungen zu herkömmlichen fossilen Treibstoffen – im Rahmen der für die Fahrzeuge verträglichen Konzentrationen – eine sinnvolle kurz- bis mittelfristige Option, sofern negative Auswirkungen auf die Nahrungsmittelproduktion und den Verbrauch natürlicher Flächen vermieden werden. Da Biodiesel Qualitätsdefizite aufweist, muss sein Anteil im Dieselkraftstoff aus technischen Gründen auf maximal 7 Volumenprozent beschränkt bleiben.

6. Hydrierte Pflanzenöle (Hydrotreated Vegetable Oils, HVO) sind emissionsarm und werden bereits industriell hergestellt. Wie für Biokraftstoffe der ersten und zweiten Generation ist es erforderlich, beim Anbau der Biomasse entsprechende Nachhaltigkeitsstandards (wie zum Beispiel die Biokraftstoff-Nachhaltigkeitsverordnung) einzuhalten, um eine positive Umweltbilanz sicherzustellen. Sie können ohne Einschränkung in höheren Anteilen dem Dieselkraftstoff beigemischt werden und eignen sich somit als Zwischenstufe bis zur Einführung von Biokraftstoffen der zweiten Generation. Nach derzeitigen Schätzungen werden ab 2011/2012 weltweit rund 2 Mio. Tonnen HVO (NesteOil-Verfahren) zur Verfügung stehen.

7. Biokraftstoffe der zweiten Generation, wie BTL (Biomass-to-Liquid), werden an Bedeutung gewinnen, sobald sie großindustriell hergestellt werden können. Daimler fördert die Entwicklung und den Einsatz dieser weitgehend CO_2-neutralen synthetischen Biokraftstoffe. Sie nutzen die Biomasse optimal, sind schwefel- und aromatenfrei. Ein weiterer Vorteil: Sie können aus Ersatz- und Reststoffen gewonnen werden und stehen somit nicht im direkten Wettbewerb zur Nahrungs- und Futtermittelproduktion. Mit BTL-Kraftstoff lassen sich zudem Partikel-, CO- und HC-Emissionen vermindern. Das Treibhausgas-Reduktionspotenzial (Well-to-Wheel) liegt – abhängig von der jeweils eingesetzten Biomasse und dem Produktionsverfahren – bei bis zu 90 Prozent.

Neben BTL kann man mit Biogas (Compressed BioGas, CBG) aus nachwachsenden Rohstoffen den höchsten Energieertrag pro Hektar erzielen. Erdgasfahrzeuge können das zu Erdgasqualität aufbereitete Biogas ohne technische Änderung tanken. CBG wird durch anaerobe Vergärung von Biomasse, Gülle und Abwasser gewonnen. Seine Verwendung ermöglicht – je nach der verwendeten Biomasse und dem Herstellverfahren – Treibhausgas-Reduktionen (Well-to-Wheel) von bis zu 80 Prozent.

8. Regenerativ erzeugter Wasserstoff sowie Elektrizität sind die Kraftstoffe der Zukunft. Eingesetzt in der Brennstoffzelle beziehungsweise im Batteriefahrzeug garantieren sie eine emissions- und CO_2-freie Mobilität. Herstellungswege für regenerativen Wasserstoff sind zum Beispiel die Elektrolyse mit regenerativem Strom (Wasserkraft, Wind- und Solarenergie, Geothermie) oder auch die Biomassevergasung.

Qualitativ hochwertige Biokraftstoffe verringern die Abhängigkeit von fossilen Energieträgern und leisten einen großen Beitrag zur Emissionsreduktion. Bioethanol und Biodiesel sind Biokraftstoffe der ersten Generation, die sich vor allem als Beimischung zu herkömmlichen Kraftstoffen eignen.

Jatropha – Fortsetzung einer Erfolgsgeschichte. Aus dem Samen der Jatropha-Pflanze lässt sich ein hochwertiger Biodieselkraftstoff herstellen. Der Jatropha-Diesel zeichnet sich durch eine positive CO_2-Bilanz aus und bietet klare ökologische Vorteile gegenüber fossilem Dieselkraftstoff. Dies vor allem, wenn die Standortvorteile der Pflanze genutzt werden. So kann Jatropha auf kargen, erodierten Böden angebaut werden, wo keine Pflanzen für die Nahrungsmittelproduktion wachsen. Anfang 2010 hat Daimler im Süden Indiens ein neues Jatropha-Projekt gestartet. Bauern der lokalen Dorfgemeinschaften bauen dort die Jatropha-Pflanze an und ernten ihre Nüsse für die Produktion von Dieselkraftstoff – mit besten Aussichten: Die indische Regierung schreibt bis 2017 einen Anteil von 20 Prozent Biosprit an allen Kraftstoffen vor und setzt dabei vor allem auf Jatropha.

Palmöl – Alternative mit Einschränkungen. In einem dreijährigen Pilotversuch erprobt Daimler – gemeinsam mit der Deutschen Post DHL, dem Energiekonzern OMV, der Stuttgarter Straßenbahnen AG und dem finnischen Mineralölkonzern Neste Oil – derzeit den Einsatz des Dieselkraftstoffs NExBTL. Ziel des Feldtests mit zehn Mercedes-Benz Lkw und vier Mercedes-Benz Citaro Stadtbussen ist es, zu untersuchen, inwieweit sich der aus hydrierten Pflanzenölen (HVO) hergestellte Biokraftstoff in Serienfahrzeugen einsetzen lässt und wie viel Emissionen dies in der Praxis einspart. Klar wurde bereits, dass bei der Verbrennung von NExBTL im Motor

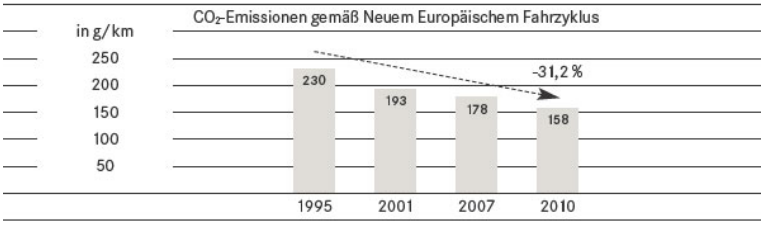
deutlich weniger Schadstoffe ausgestoßen werden. Verglichen mit fossilen Kraftstoffen sinken die Stickstoffemissionen um bis zu 15 Prozent, die CO_2-Emissionen verringern sich in der gesamten Kette, vom Anbau des Rohstoffs bis zum Einsatz im Fahrzeug, um mehr als 60 Prozent. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass das als Rohstoff verwendete Palmöl nachhaltig angebaut wird und für seine Gewinnung keine Urwaldflächen gerodet oder landwirtschaftliche Nutzflächen in Anbauflächen für Energiepflanzen umgewandelt werden. Um dies sicherzustellen, hat Neste Oil strenge Regeln für die Produktion der Rohstoffe für NExBTL festgelegt. Der Ölkonzern bestätigt, die Lieferanten vertraglich zu nachhaltiger Produktion zu verpflichten, und sichert seinen Kunden zu, dass der Kraftstoff zu 100 Prozent nachhaltig produziert ist.

Für Daimler muss auf dem Weg zu einem wirksamen und nachhaltigen Biokraftstoff immer auch die Produktion der Ausgangsstoffe berücksichtigt werden. Die Reduktion von CO_2-Emissionen kann beispielsweise die Rodung tropischer Urwaldflächen bei der Palmölgewinnung oder die Ausweitung der Anbauflächen auf landwirtschaftliche Nutzflächen im Falle des Jatropha-Anbaus nicht rechtfertigen. Längerfristig sind daher synthetische Kraftstoffe, die aus biogenen Reststoffen gewonnen werden und nicht in Konkurrenz zur Nahrungs- und Futtermittelproduktion stehen, die bessere Alternative.

KRAFTSTOFFVERBRAUCH UND CO_2-EMISSIONEN

Über den gesamten Lebenszyklus betrachtet entfallen etwa 80 Prozent des Primärenergieverbrauchs und der CO_2-Emissionen eines Pkw auf die Nutzungsphase. Mit dem weiteren Rollout der BlueEFFICIENCY Modelle konnten wir die Emissionen unserer Neuwagenflotte über alle Pkw-Baureihen hinweg im Berichtsjahr erneut reduzieren. Der Gesamtflottendurchschnitt von Mercedes-Benz Cars in Europa lag 2010 bei 158 Gramm CO_2 pro Kilometer. Seit 1995 haben wir somit eine Reduktion von über 30 Prozent erzielt.

16 Entwicklung der CO_2-Emissionen im Durchschnitt der Mercedes-Benz Cars Pkw-Flotte in Europa (EU 27) 1995 - 2010



1995 inklusive der als M1-Fahrzeuge zugelassenen Transporter

Insgesamt fiel die Reduktion wegen der – mittlerweile behobenen – Lieferengpässe beim verbrauchsgünstigen Vierzylinder-Dieselmotor OM 651 allerdings geringer aus als erwartet. Zudem konnten die im Herbst 2010 eingeführten V6- und V8-BlueDIRECT-Benzinmotoren sowie die neue 7-Stufen-Automatik 7G-TRONIC PLUS im Berichtsjahr noch nicht zur Reduktion des CO_2-Flottenmittelwertes beitragen. Wir rechnen jedoch damit, dass deren flächendeckende Einführung sowie die weitere Umsetzung unserer Maßnahmen und Technologien zur emissionsfreien Mobilität die CO_2-Emissionen unserer Pkw-Flotte im kommenden Jahr deutlich senken werden.

Unser Ziel ist es, die CO_2-Emissionen unserer Neuwagenflotte in Europa bis zum Jahr 2012 auf unter 140 Gramm pro Kilometer zu senken – das entspricht einer Reduktion von fast 40 Prozent seit 1995. Unsere Produktplanungen sind darauf ausgerichtet, auch die betreffenden EU-Ziele bis 2015 zu erreichen.

Die EU-Gesetzgebung zur Reduktion der CO_2-Emissionen in Europa

Seit April 2009 gilt die EU-Verordnung zur Festsetzung von Emissionsnormen für neue Personenkraftwagen. Danach ist der CO_2-Ausstoß der Neuwagenflotte aller Hersteller in Europa mithilfe fahrzeugtechnischer Maßnahmen auf durchschnittlich 130 Gramm pro Kilometer zu senken. Zusätzliche Maßnahmen sollen Reduktionen um weitere 10 Gramm erzielen – etwa durch Effizienzverbesserungen bei den Fahrzeugkomponenten (zum Beispiel Reifen mit niedrigem Rollwiderstand, Reifendruck- und Schaltpunktanzeige) oder eine schrittweise Umstellung auf kohlenstoffärmere Kraftstoffe.

Der zu erreichende Flottenmittelwert je Hersteller errechnet sich in Abhängigkeit vom Fahrzeuggewicht. Der Grenzwert wird stufenweise eingeführt: 65 Prozent der Neuwagen jedes Herstellers sollen das Ziel im Jahr 2012 erreicht haben, 75 Prozent im Jahr 2013, 80 Prozent 2014 und 100 Prozent ab 2015. Erreicht ein Hersteller die Vorgaben nicht, muss er ab 2012 gestaffelte Strafzahlungen leisten: Pro Gramm CO_2 über dem herstellerspezifischen Flottenmittelwert sind – multipliziert mit der Gesamtzulassungszahl - 5 Euro für das erste Gramm, 15 Euro für das zweite Gramm und 25 Euro für das dritte Gramm zu bezahlen. Bis zu einer Überschreitung des Grenzwertes um 3 Gramm summiert sich die Strafe damit auf 45 Euro. Ab dem vierten Gramm Grenzwertüberschreitung droht eine Strafe von 95 Euro. Als Langfristziel für alle Neufahrzeuge in Europa wird ein Wert von 95 Gramm CO_2 pro Kilometer angestrebt.

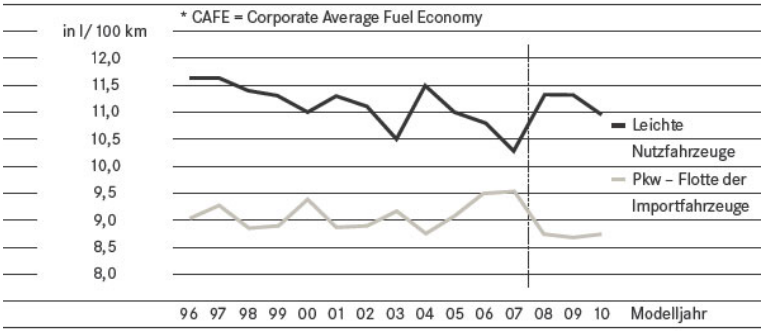
Analog zur EU-Verordnung für Pkw hat das Europäische Parlament Anfang 2011 eine Verordnung zur Reduktion der CO_2-Emissionen aus leichten Nutzfahrzeugen verabschiedet. Demnach muss der Flottendurchschnitt der europäischen Neuwagenflotte leichter Nutzfahrzeuge (Lieferwagen und von Pkw abgeleitete leichte Lieferwagen) unter 3,5 Tonnen bis 2020 auf 147 Gramm Kohlendioxid pro Kilometer gesenkt werden. Als Zwischenziel muss bis 2017 ein Wert von 175 Gramm CO_2 pro Kilometer erreicht sein. Wie bei den Pkw wird dieser Grenzwert stufenweise eingeführt: 65 Prozent der Flotte sollen den Wert 2014, 75 Prozent 2015 und 80 Prozent 2016 erreicht haben Falls ein Hersteller seinen Zielwert nicht erreicht, werden Strafzahlungen von 95 Euro je Gramm Überschreitung und Fahrzeug fällig.

Unsere Produktstrategie trägt diesen anspruchsvollen Zielen Rechnung. Sie ist darauf ausgerichtet, nicht nur die vorgegebenen Flottenwerte zu erreichen, sondern in den jeweiligen Fahrzeugsegmenten Maßstäbe zu setzen.

In den USA gelten die „Corporate Average Fuel Economy"-Standards (CAFE) als rechtlicher Rahmen für die Verbesserung der Energieeffizienz. Anhand der verkauften Fahrzeuge und der jeweiligen Fuel-Economy-Werte wird ein Flottenwert pro Modelljahr berechnet. Je 0,1 mile per gallon, um die der Grenzwert unterschritten wird, muss der Hersteller 5,50 US-Dollar für jedes abgesetzte Fahrzeug an den Staat abführen. Durch unsere Maßnahmen zur Verbrauchsverbesserung konnten wir das Bußgeld für das Modelljahr 2009 auf 2,9 Mio. US-Dollar reduzieren. Für das Modelljahr 2010 erwarten wir aufgrund der guten überproportionalen Absatzentwicklung im Premiumsegment einen Anstieg der CAFE-Zahlungen.[1]

[1]Angaben wurden nach Drucklegung des Berichtes aufgrund der Marktentwicklung in den USA korrigiert.

17 Daimler-CAFE*-Werte Pkw und leichte Nutzfahrzeuge 1996–2010 in den USA



Die Angaben gelten ab dem Modelljahr 2008 ausschließlich für die in den USA abgesetzten Mercedes-Benz und smart Fahrzeuge. Bis zum Modelljahr 2007 waren in der Flotte der leichten Nutzfahrzeuge auch nicht zum SUV-Segment gehörende Fahrzeuge der Chrysler LLC beinhaltet.

Im Jahr 2009 beschloss die amerikanische Regierung, die Standards zu verschärfen. Um auch die inzwischen verabschiedeten Vorgaben für kommende Modelljahre zu erreichen, sind fortschrittlichste Antriebs- und Fahrzeugtechnologien sowie weitere CO_2-senkende Maßnahmen erforderlich.

„Corporate Average Fuel Economy"-Standards (CAFE) in den USA

Im Jahr 2009 beschloss die US-Regierung, die Standards für Pkw und Light Trucks zu verschärfen. Inzwischen wurden neue Vorschriften zum Kraftstoffverbrauch (CAFE-Standards) und zur Reduktion der CO_2-Emissionen (Greenhouse-Gas-Standards) verabschiedet. Sie existieren nebeneinander, sind jedoch eng aufeinander abgestimmt und gelten in allen US-Bundesstaaten. Die CAFE-Standards sind für Fahrzeuge ab dem Modelljahr 2011 anzuwenden, die Greenhouse-Gas-Standards (GHG) ab dem Modelljahr 2012.

Erfüllt die Flotte eines Herstellers die GHG-Standards nicht, drohen – zusätzlich zu den CAFE-Bußgeldern – Strafzahlungen. Dabei rechnet die zuständige US-Behörde Fahrzeuge, die die vorgeschriebenen Werte verfehlen, beginnend bei den Modellen mit dem höchsten CO_2-Wert so lange aus der Flotte heraus, bis der Flottengrenzwert eingehalten wird. Die betroffenen Modelle gelten als nicht ordnungsgemäß zertifiziert und unterliegen Strafzahlungen von bis zu 37.500 US-Dollar pro Fahrzeug. Außerdem können weitere Maßnahmen wie etwa ein Verkaufsstopp verfügt werden.

In Japan definiert das „Top Runner"-Konzept Effizienzstandards für Pkw. Die Verbrauchswerte der jeweils effizientesten Fahrzeugmodelle innerhalb definierter Klassen werden – unter Berücksichtigung technologischer Weiterentwicklungen – zur Festlegung der jeweiligen Zielwerte verwendet. Die Ziele für 2010 haben wir bei den Benzinfahrzeugen in drei von sechs Klassen, bei den Dieselfahrzeugen in zwei von zwei Klassen erreicht. Unsere Produktplanungen sind darauf ausgerichtet, die Zielwerte in allen Gewichtsklassen – sowohl die Werte für die Jahre 2010 und 2015 als auch die aktuell diskutierten Werte für 2020 – einzuhalten.

Sparsamere Nutzfahrzeuge. Auch bei den Transportern senken neue Technologien den Kraftstoffverbrauch. Dank effizienter Dieselmotoren, dem neuen Sechsgangschaltgetriebe, einer ECO-Start-Stopp-Einrichtung und rollwiderstandoptimierten Reifen verbraucht zum Beispiel der Mercedes-Benz Vito BlueEFFICIENCY bis zu 15 Prozent weniger Kraftstoff als sein Vorgänger.

Analog zur EU-Verordnung für Pkw hat das Europäische Parlament Anfang 2011 eine Verordnung zur Reduktion der CO_2-Emissionen aus leichten Nutzfahrzeugen verabschiedet. Demnach muss der Flottendurchschnitt der europäischen Neuwagenflotte leichter Nutzfahrzeuge (Lieferwagen und von Pkw abgeleitete leichte Lieferwagen) mit einem zulässigen Gesamtgewicht von unter 3,5 Tonnen bis 2020 auf 147 Gramm Kohlendioxid pro Kilometer gesenkt werden. Als Zwischenziel muss bis 2017 ein Wert von 175 Gramm CO_2 pro Kilometer erreicht sein.

Den Kraftstoffverbrauch unserer schweren Nutzfahrzeuge haben wir in den letzten Jahren ebenfalls stetig verringert. Dies gelang durch noch effizientere Motoren, Verbesserungen bei Reifen und Aerodynamik, eine bedarfsgerechte Achsübersetzung sowie die Einführung der BLUETEC-Technologie. Eine Testfahrt von Stuttgart nach Mailand, bei der wir 2010 einen Mercedes-Benz LP 1620 aus dem Jahr 1964 mit einem aktuellen Mercedes-Benz Actros 1844 verglichen haben, untermauerte den Erfolg: Je Tonne Nutzlast benötigte der Actros pro 100 Kilometer nur 1,27 Liter, während der LP 1620 noch 2,34 Liter verbrauchte. Um unser Ziel zu erreichen, den Verbrauch unserer Lkw (N3) in Europa bis 2020 um durchschnittlich 20 Prozent pro Tonnenkilometer zu reduzieren, arbeiten wir weiter mit Hochdruck an technologischen Innovationen.

Sparpotenziale bei Nutzfahrzeugen

Weniger Verbrauch	Mehr Verbrauch
Reifen	
Bis zu 5 % durch Straßenprofil statt Traktionsprofil	Bis zu 6 % durch größere Profiltiefe
Bis zu 4 % durch nachgeschnittene Reifen	Bis zu 5 % durch runderneuerte Reifen
Bis zu 4 % durch Reifen mit geringerem Rollwiderstand	Bis zu 4 % durch zu niedrigen Reifenluftdruck
Bis zu 1,5 % durch Superbreitreifen statt Zwillingsbereifung	Bis zu 1 % durch größere Reifenbreite
Bis zu 1 % durch Niederquerschnittsreifen	
Aerodynamik	
Bis zu 1,25 % durch Seitenverkleidungen an der Zugmaschine	Bis zu 2 % durch Dachscheinwerfer

Weniger Verbrauch	Mehr Verbrauch
Bis zu 5 % durch Seitenverkleidungen am Auflieger/Anhänger	Bis zu 2 % durch zu großen Abstand zwischen Auflieger und Fahrerhaus
Bis zu 7,5 % durch Luftleitkörper, Bugschürze, Endkantenklappen	Bis zu 0,3 % durch Drucklufthörner
	Bis zu 0,2 % durch eine Sonnenblende
Streckenprofil	
	Bis zu 0,5 Liter durch einen unnötigen Ampelstopp
	Bis zu 1,0 Liter bei 100 Meter Höhenunterschied
	Bis zu 0,8 Liter durch unerwarteten Stau und plötzliches Abbremsen aus 80 km/h

Wirtschaftlich fahren, Kraftstoff sparen. Unabhängig von Verbesserungen an den Fahrzeugen lassen sich durch eine wirtschaftliche und vorausschauende Fahrweise bis zu 10 Prozent Kraftstoff einsparen. In den Mercedes-Benz Eco-Trainings, die wir für die Fahrer von Pkw wie von Nutzfahrzeugen anbieten, zeigen wir, wie sich eine solche Verbrauchsreduzierung in der Praxis erreichen lässt. Schaltempfehlung und Momentanverbrauchsanzeige im Kombiinstrument unterstützen den Fahrer zusätzlich dabei.

Eco-Fahrtrainings

Kraftstoffsparendes Fahren will gelernt sein. Wer es beherrscht, spart kostbare Ressourcen und eigenes Geld. Das gilt für Fahrer von Pkw, Bussen und Lkw gleichermaßen. In unseren Eco-Fahrtrainings lernen unsere Kunden, wie sie den Spritverbrauch während der Fahrt gezielt und ohne Zeitverlust senken können.

- Eco-Training für Pkw-Fahrer
- Eco-Training für Lkw-Fahrer
- Omniplus Eco-Training für Omnibuskunden

Unsere Spritspartipps

Zehn Tipps für effizientes Fahren:

1. Achten Sie darauf, dass Ihr Fahrzeug gut gewartet ist und prüfen Sie regelmäßig den Ölstand.
2. Überprüfen Sie einmal im Monat den Reifendruck. Wenn Ihre Betriebsanleitung mehrere Druckwerte angibt, richten Sie sich nach dem Druck für maximale Beladung.
3. Entfernen Sie Gegenstände, die Sie im Fahrzeug nicht brauchen (beispielsweise aus dem Kofferraum).
4. Fahren Sie gleich nach Anlassen des Motors los und stellen Sie diesen ab, wenn Sie länger als eine Minute stehen bleiben.
5. Fahren Sie in einer angepassten Geschwindigkeit und vor allem: Fahren Sie sanft und gleichmäßig.
6. Schalten Sie beim Beschleunigen so früh wie möglich in den nächsthöheren Gang.
7. Entlasten Sie beim Automatikgetriebe leicht das Gaspedal, wenn Sie die gewünschte Drehzahl erreicht haben. Die Automatik schaltet dann in den höheren Gang. 1.000 Umdrehungen pro Minute sind die ideale Drehzahl bei Konstantfahrt.
8. Schließen Sie, vor allem bei hohen Geschwindigkeiten, die Fenster und entfernen Sie leere Dachgepäckträger.
9. Schalten Sie im Stadtverkehr die Klimaanlage aus, wenn sie nicht benötigt wird. Gerade im Stop-and-go-Verkehr kann sie bis zu 30 Prozent Mehrverbrauch verursachen. Bei konstanter Autobahnfahrt entsteht jedoch kaum Mehrverbrauch durch die Klimaanlage (maximal 0,3 Liter pro 100 Kilometer).
10. Fahren Sie vorausschauend. Versuchen Sie mit möglichst konstanter Geschwindigkeit die grüne Welle auszunutzen. Bremsen und Beschleunigen ist ineffizient. Mit intelligent angepasster, konstanter Geschwindigkeit sind Sie schnell und sparsam unterwegs.

BlueTecEco – Servicepaket für Wirtschaftlichkeit und Umweltschutz. Unter dem Titel BlueTecEco bündelt Mercedes-Benz Trucks Maßnahmen, die zu mehr Wirtschaftlichkeit und Umweltschutz im Transportwesen beitragen. Neben modernster Fahrzeugtechnik und individuell abgestimmten Fahrzeugkonfigurationen gehören zu BlueTecEco auch Beratung, Analysen, einsatzorientierte Trainings und Services wie FleetBoard. In Theorie und Praxis lernen Unternehmen, wie sie die Sparpotenziale ihrer Fahrzeuge optimal ausschöpfen können.

LUFTSCHADSTOFFEMISSIONEN

Mithilfe verbesserter Motoren und hochwirksamer Abgasreinigungssysteme hat Daimler die Emissionen der verschiedenen Abgaskomponenten in den letzten Jahren über die gesamte Fahrzeugpalette hinweg deutlich reduziert. So haben wir die NO_x-Emissionen unserer Diesel-Pkw seit 1995 um mehr als 75 Prozent – mit BLUETEC sogar um über 90 Prozent – und den Rußpartikelausstoß um mehr als 95 Prozent gesenkt.

Bei den Nutzfahrzeugen konnten wir den Ausstoß von Stickoxiden und Partikeln durch verbesserte Steuerung der Verbrennungsvorgänge im Motor sowie eine optimierte Gemischaufbereitung in den vergangenen 10 Jahren um mehr als 70 Prozent bei den Stickoxiden bzw. mehr als 85 Prozent bei den Partikeln verringern. Unser Ziel bleibt es, die Luftschadstoffemissionen mithilfe modernster Technologien weiter zu reduzieren und so auch zukünftige Emissionsanforderungen möglichst schon im Voraus zu erfüllen.

Sauberer Diesel – die BLUETEC-Technologie von Daimler

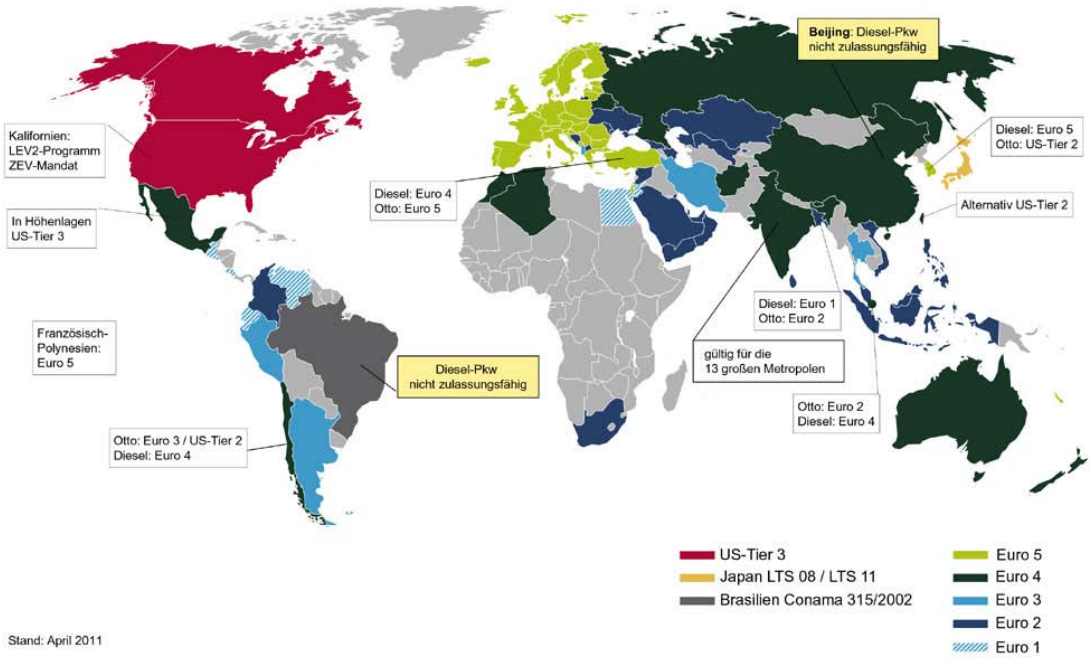
Aus jedem Tropfen Diesel die maximale Leistung herausholen und zugleich die Umweltbelastung minimieren – dieses Ziel verfolgen wir mit sparsamen Dieselmotoren und der revolutionären BLUETEC-Technologie. BLUETEC ist ein modulares Abgasreinigungssystem, das innermotorische Maßnahmen zur Minimierung der Emissionen mit einer nachmotorischen Abgasbehandlung verbindet.

Mit BLUETEC haben die Ingenieure von Mercedes-Benz ein Filtersystem entwickelt, das Dieselabgase fast vollständig reinigt und bei Pkw schon heute die ab 2014 geltenden Abgasgrenzwerte erfüllt: Ein Oxidationskatalysator und ein Partikelfilter minimieren zunächst Kohlenmonoxid, Kohlenwasserstoffe sowie die Emissionen von Ruß und anderen Partikeln. Im nächsten Schritt wird die wässrige Harnstofflösung AdBlue® ins Abgas gespritzt. Durch die Hitze spaltet sich der Harnstoff in Ammoniakmoleküle auf, die im nachgeschalteten SCR-Katalysator – SCR steht für selektive katalytische Reduktion (Selective Catalytic Reduction) – die Stickoxide um bis zu 90 Prozent verringern.

BLUETEC ist für den E 350 BlueTEC, den ML 350 BlueTEC 4MATIC sowie GL 350 BlueTEC 4MATIC und R 350 BlueTEC 4MATIC erhältlich. Bereits seit 2005 bewährt es sich darüber hinaus im Bus- und Lkw-Segment.

Schon heute für morgen: schadstoffarme Pkw nach Euro 6. Ab dem 1. September 2014 gilt die Abgasnorm Euro 6 für neue Fahrzeugmodelle, ab September 2015 für alle Neufahrzeuge. Die BLUETEC-Modelle unserer R-, ML- und GL-Klasse ebenso wie der E 350 BlueTEC und der S 350 BlueTEC genügen diesen Grenzwerten schon heute. Als erste Diesel-SUV halten sie zudem die strikten Abgasnormen aller 50 US-Staaten ein.

Übersicht der Pkw-Emissionsvorschriften weltweit


Beijing: Diesel-Pkw nicht zulassungsfähig
Kalifornien: LEV2-Programm ZEV-Mandat
In Höhenlagen US-Tier 3
Diesel: Euro 4 Otto: Euro 5
Diesel: Euro 5 Otto: US-Tier 2
Alternativ US-Tier 2
Diesel: Euro 1 Otto: Euro 2
gültig für die 13 großen Metropolen
Otto: Euro 2 Diesel: Euro 4
Französisch-Polynesien: Euro 5
Diesel-Pkw nicht zulassungsfähig
Otto: Euro 3 / US-Tier 2 Diesel: Euro 4
US-Tier 3
Japan LTS 08 / LTS 11
Brasilien Conama 315/2002
Euro 5
Euro 4
Euro 3
Euro 2
Euro 1
Stand: April 2011

18 Anteil der 2010 in Europa verkauften Mercedes-Benz und smart Pkw, die geltende und zukünftige Emissionsstandards erfüllen

	HC + NO_x in g/km	NO_x in g/km		Partikel in g/km		Anteil der Mercedes-Benz und smart Pkw, die die entsprechenden Grenzwerte erfüllen
	Diesel	Otto	Diesel	Otto	Diesel	
Euro 4	0,30	0,08	0,25	–	0,025	12,3 Prozent
Euro 5[1]	0,23	0,06	0,18	0,005	0,005	87,1 Prozent
Euro 6[2]	0,17	0,06	0,08	0,005	0,005	0,6 Prozent[3]

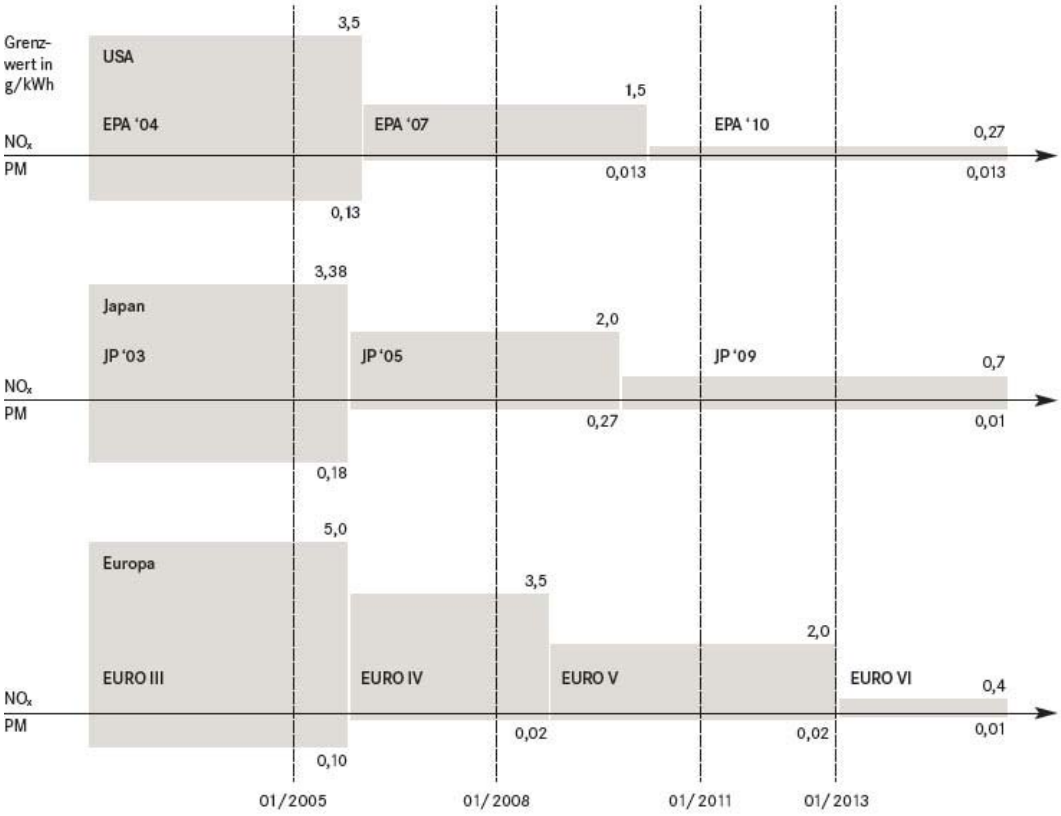
[1] Grenzwerte für Euro 5 sind für alle Neufahrzeuge ab dem 01.01.2011 verpflichtend.
[2] Grenzwerte für Euro 6 sind für alle Neufahrzeuge ab dem 01.01.2015 verpflichtend.
[3] Der Anteil der angebotenen Euro 6-Typen (4 Prozent) war 2010 deutlich höher als der entsprechende Marktanteil.

Daimler-Nutzfahrzeuge – weltweiter BLUETEC-Rollout, umfangreiche Palette an EEV-Fahrzeugen. Dank BLUETEC konnten wir die Abgasnorm Euro V für Nutzfahrzeuge frühzeitig und wirtschaftlich sinnvoll erfüllen. Seit Anfang 2010 kommt BLUETEC mit den Motoren von Detroit Diesel auch in Nordamerika zum Einsatz: in Freightliner-Lkw und in den Schulbussen von Thomas Built Buses. Die Fahrzeuge erfüllen die EPA-10-Abgasgrenzwerte und verbessern gleichzeitig ihre Kraftstoffeffizienz und ihr Fahrverhalten. Mit BLUETEC und weiteren Anpassungen bei Motor und Abgasanlage – etwa einem geschlossenen Partikelfilter – können wir auch die strengen japanischen Abgasvorschriften JP 09 sowie, bei weiteren technischen Maßnahmen, die kommenden Euro-VI-Grenzwerte erfüllen. Weltweit waren zum Jahresende 2010 rund 350.000 Lkw und mehr als 30.000 Omnibusse mit BLUETEC-Technologie auf den Straßen unterwegs. EEV (Enhanced Environmentally Friendly Vehicle) ist der derzeit anspruchsvollste europäische Abgasstandard für Lkw und Busse. Der EEV-Standard reduziert die Partikelemissionen gegenüber den Euro-VGrenzwerten nochmals um rund ein Drittel. Mit einem

erweiterten Angebot hat Daimler Trucks sukzessive EEV-Ausführungen in bestimmten Leistungsklassen der Mercedes-Benz Lkw und Busse sowie bei Setra-Bussen eingeführt. Seit Anfang des Jahres 2010 gehört EEV bei den Econic-Fahrzeugen zum erweiterten Lieferumfang, der Mitsubishi Canter wird serienmäßig als EEV-Fahrzeug ausgeliefert.

Emissionsgrenzwerte für schwere Nutzfahrzeuge

Entwicklung der Emissionsgrenzwerte für schwere Nutzfahrzeuge im Vergleich

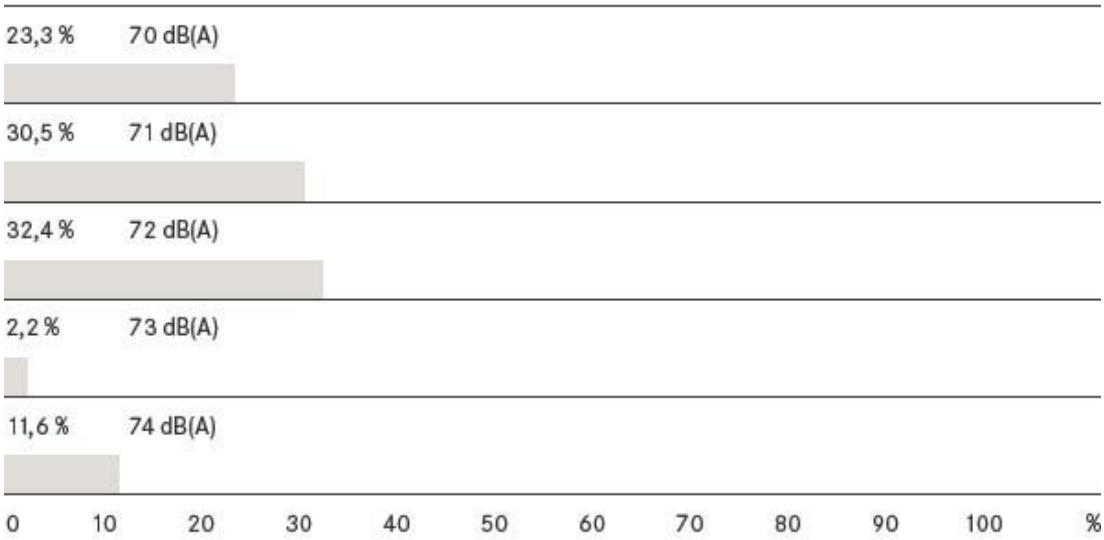


LÄRM

Dank der produktiven Zusammenarbeit von Aeroakustikern, Karosserie- und Motorenentwicklern konnte Daimler die Geräuschemissionen seiner Pkw und Lkw seit 1970 um etwa 90 Prozent verringern. Erreicht wurde dies vor allem durch fahrzeugtechnische Maßnahmen wie die Senkung der Motorendrehzahl, die Optimierung der Einspritz- und Verbrennungsverfahren sowie die Kapselung von Motor und Getriebe.

Der Verkehrslärm lässt sich allerdings nicht allein durch Maßnahmen am Fahrzeug begrenzen. Auch Faktoren wie Verkehrsdichte, Bebauung in straßennahen Bereichen, Fahrverhalten, Straßenoberfläche und -zustand sowie Reifeneigenschaften beeinflussen die Lärmbelastung. Bei den Nutzfahrzeugen verursachen die Reifen sowie Aufbau und Beladung meist den stärksten Lärm. Wichtige Parameter, die Daimler direkt beeinflussen kann, sind eine vibrationsarme Konstruktion, optimale Motordämmung und Fahrerhäuser, die dem Fahrtwind möglichst wenig Angriffsfläche bieten. Darüber hinaus arbeiten wir eng mit Reifen- und Aufbauherstellern zusammen, um die Geräuschemissionen auf ein Minimum zu reduzieren.

19 Fahrgeräusche Pkw – Verteilung über die Anzahl der verkauften Mercedes-Benz und smart Pkw in Europa 2010



Der gesetzliche Grenzwert, der für die beschleunigte Vorbeifahrt verbindlich ist, liegt bei 74 dB(A).
Eine Reduktion um 3 dB(A) entspricht einer Halbierung der Schallleistung.

UNSER WEG ZUM UNFALLFREIEN FAHREN

Die Fahrzeugsicherheit gehört zu unseren Kernkompetenzen. Sie ist ein zentraler Bestandteil unserer Produktstrategie. Weltweit investiert kein anderer Hersteller mehr in die Entwicklung lebensrettender Sicherheitssysteme. Seit über 60 Jahren sind die Entwicklungen von Daimler für die Sicherheit von Pkw, Lkw, Transportern und Omnibussen weltweit wegweisend. Der Einsatz für mehr Sicherheit im Straßenverkehr liegt im Interesse aller Verkehrsteilnehmer und ist für uns eine Aufgabe von gesellschaftlicher Bedeutung. Deshalb setzen wir unseren „Weg zum unfallfreien Fahren“ Schritt für Schritt in die Wirklichkeit um. So zeichnete Euro NCAP, eine unabhängige europäische Sicherheitsvereinigung, die Marke Mercedes-Benz für das Insassenschutzsystem PRESAFE® und das Assistenzsystem PRE-SAFE® Bremse im Jahr 2010 mit zwei „Euro NCAP Advanced Rewards“ aus.

Im Rahmen seiner integralen Sicherheitsphilosophie definiert Mercedes-Benz Cars Sicherheit als ganzheitliche Aufgabe, die weit über die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben und genormter Crashtestanforderungen hinausgeht. Die Mercedes-Benz Sicherheitsphilosophie orientiert sich an den folgenden 4 Phasen:

1. Vorbeugen: Sicher fahren, rechtzeitig warnen und assistieren.
2. Reagieren: Bei Gefahr mit PRE-SAFE® Systemen reagieren.
3. Schützen: Beim Unfall bedarfsgerecht schützen.
4. Retten: Nach dem Unfall Schlimmeres vermeiden und schnell helfen.

20 Der Weg zum unfallfreien Fahren

Integrale Sicherheit			
Vorbeugen	Reagieren	Schützen	Retten
Sicher fahren, rechtzeitig warnen und assistieren	Bei Gefahr mit PRE-SAFE® Systemen reagieren	Beim Unfall bedarfsgerecht schützen	Nach dem Unfall Schlimmeres vermeiden und schnell helfen

Rettungsleitfaden und -karten für Pkw im Internet

Zu einem möglichst umfassenden Sicherheitskonzept gehört es auch, Informationen zu unseren Fahrzeugen und deren Sicherheitssystemen gezielt für Rettungskräfte zur Verfügung zu stellen. Die ständig aktualisierte Dokumentation hält für die Pkw-Baureihen von Mercedes-Benz, Maybach und smart alle rettungsrelevanten Daten detailliert und übersichtlich bereit. Der Rettungsleitfaden für Pkw ist in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch und Japanisch kostenlos über das Internet abrufbar.

Rettungsleitfaden Pkw (PDF, ca. 11 MB)

Rettungsdienste können sich mithilfe des Leitfadens bereits vorab mit den Besonderheiten moderner Fahrzeugmodelle vertraut machen. Viele Feuerwehren haben sich den Rettungsleitfaden auf einem Einsatzlaptop abgespeichert und können so die erforderlichen Informationen bereits auf dem Weg zum Unfallort abrufen.

Rettungskarten (PDF , ca. 14 MB)

Neben dem „Leitfaden für Rettungsdienste“ stellt Mercedes-Benz mit der „Rettungskarte“ ab sofort Informationen in komprimierter Form für viele Baureihen und Modelle zur Verfügung. Fahrzeugbesitzer und Rettungskräfte können die Rettungskarte kostenlos aus dem Internet herunterladen.

Informationen für Rettungs- und Abschleppdienste

Im Notfall muss es schnell gehen. Deswegen stellen wir Rettungsdiensten in mehreren Sprachen genaue Informationen zu unseren Fahrzeugen und deren Sicherheitssysteme zur Verfügung. Spezielle Kenntnisse sind zudem für das schnelle und fachgerechte Abschleppen und Bergen von Nutzfahrzeugen erforderlich. Auch dazu haben wir in mehreren Sprachen Leitfäden vorbereitet.

Rettungsleitfaden Lkw (PDF, ca. 2 MB)

Rettungsleitfaden Transporter (PDF, ca. 7,5 MB)

Rettungsleitfaden Omnibus (PDF, ca. 11 MB)

NEUE SICHERHEITSSYSTEME IM FAHRZEUG

Mit regelmäßigen Innovationen auf dem Gebiet der Fahrzeugsicherheit trägt Daimler seit Jahren zu mehr Sicherheit im Straßenverkehr bei. Oberstes Ziel unserer Sicherheitsphilosophie ist es, Unfälle zu vermeiden – etwa durch aktive Sicherheitssysteme wie ESP® und Bremsassistenten.

Entwicklung neuer Sicherheitstechnologien

Bei der Entwicklung neuer Sicherheitssysteme greift Mercedes-Benz auf langjährige Erfahrung und die Daten aus 41 Jahren intensiver Unfallforschung zurück. Dabei streben wir die sogenannte „Real Life Safety“ an, also Fahrzeugsicherheit, die sich an realen Gefahrensituationen im Straßenverkehr orientiert. Darüber hinaus führt Mercedes-Benz eine Reihe unterschiedlicher Crashtests durch, die weit über die Anforderungen gesetzlicher Regelungen und Ratings hinausgehen.

Erkenntnisse für die Entwicklung und ständige Verbesserung von Sicherheitssystemen gewinnen unsere Ingenieure nicht nur aus der Analyse von Fahrverhalten und Unfallursachen. Vielmehr erproben sie neue Systeme schon in frühen Entwurfsstadien durch realitätsnahe Fahrmanöver mit echten Versuchsträgern. Sicherheitskritische und von Menschen nicht präzise reproduzierbare Fahrmanöver werden von Autopiloten auf geschlossenen Testgeländen ausgeführt.

Der Aktive Totwinkel-Assistent. Er warnt den Fahrer, wenn er bei einem Spurwechsel Kollisionsgefahr erkennt. Nahbereichs-Radarsensoren auf beiden Seiten des hinteren Stoßfängers können Fahrzeuge im Bereich des „toten Winkels“ ausmachen. Sie warnen den Fahrer zunächst optisch und gegebenenfalls auch akustisch, wenn er in dieser kritischen Situation die Spur wechseln will. Ignoriert der Fahrer die Warnung, veranlasst das System, dass die Räder der gegenüberliegenden Fahrzeugseite abgebremst werden, um dem Kollisionskurs entgegenzuwirken. Sobald der Fahrer gegen die Wirkung des Bremseingriffs lenkt oder das Fahrzeug beschleunigt, wird der Eingriff des Aktiven Totwinkel-Assistenten intuitiv abgebrochen.

Der Aktive Spurhalte-Assistent. Etwa jeder siebte Verkehrsunfall mit Personenschaden wurde in den letzten Jahren in Deutschland dadurch verursacht, dass ein Fahrzeug von der Fahrbahn abkam. Der Aktive Spurhalte-Assistent kann solchen Unfällen vorbeugen. Mittels einer Kamera an der Innenseite der Frontscheibe erkennt er die Fahrbahnmarkierung. Bei einem Verlassen der Fahrspur gleicht das System diese Daten zunächst mit Radarsignalen aus dem Fahrzeugumfeld ab. Anhand der Fahrsituation kann es so ein beabsichtigtes von einem unbeabsichtigten Überfahren der Fahrbahnmarkierung unterscheiden. Stellt der Spurhalte-Assistent ein ungewolltes Abkommen von der Fahrspur fest, warnt er den Fahrer durch Lenkradvibration und, wenn nötig, auch durch einen Bremseingriff wie beim Aktiven Totwinkel-Assistenten.

LED-High-Performance-Scheinwerfer. Diese neuen Scheinwerfer sind auf vielfältige Situationen und Lichtverhältnisse abgestimmt. Sie erzeugen Licht für alle Funktionen des Intelligent Light Systems: Landstraßenlicht, Autobahnlicht, Erweitertes Nebellicht, Aktives Kurvenlicht sowie Abbiegelicht. Neu ist der Farbeindruck des LED-Lichts, das der Farbtemperatur von natürlichem Tageslicht nachempfunden ist. Dies strengt die Augen des Fahrers weniger an und lässt bei Nacht die Straße heller erscheinen.

Studie belegt Wirksamkeit von Bremsassistent PLUS. Besäßen alle Pkw in Deutschland ein Sicherheitssystem wie den Bremsassistenten PLUS von Mercedes-Benz, ließen sich 20 Prozent aller Auffahrunfälle verhindern. Bei Kollisionen könnte das System in 25 Prozent aller Fälle zu einer deutlichen Verringerung der Unfallschwere beitragen. Das ergab eine aktuelle Studie, für die Daten aus der amtlichen Unfallstatistik sowie aus der Analyse von rund 16.000 Verkehrsunfällen ausgewertet wurden. Ziel muss es daher sein, künftig alle Pkw mit einem solchen Sicherheitssystem auszurüsten.

Der Active Brake Assist 2. Der 2010 vorgestellte Active Brake Assist 2 kann die Anzahl und Schwere von Auffahrunfällen mit Lkw mindern, indem er beim Auffahren auf erkannte langsame oder stehende Hindernisse

eine autonome Bremsung einleitet. Das Radarsystem erfasst Fahrzeuge auf der Spur des Lkw in einer Entfernung bis 150 Meter und ermittelt ständig die Differenzgeschwindigkeit zu vor dem Lkw befindlichen Objekten. Wird bei unveränderter Fahrweise ein Unfall als unvermeidlich prognostiziert, wird der Fahrer zunächst optisch und dann akustisch gewarnt. Verschärft sich die Situation, reagiert das System mit einer Abbremsung.

VERKEHRSSICHERHEIT

Unfallgefahren sind mit technisch verbesserten Fahrzeugen allein nicht zu bannen. Daimler engagiert sich deshalb in vielfältigen Initiativen zur Verkehrssicherheit, von der Verkehrsfrüherziehung über Informationen für Rettungskräfte bis hin zur umfassenden Sicherheitsvorsorge für alle Verkehrsteilnehmer. Wir unterstützen zum Beispiel das European Road Assessment Programme (EuroRAP). Die Initiative will das System Straße sicherer machen, indem etwa Unfallschwerpunkte aufgezeigt und beseitigt werden. In wissenschaftlich fundierten Programmen und Initiativen schulen wir darüber hinaus das sicherheitsbewusste Verhalten von Kindern im Straßenverkehr, sensibilisieren Eltern und beteiligen uns an Aufklärungskampagnen.

RoadSense – Verkehrserziehung für Achtklässler. In Stuttgart haben wir 2010 in Zusammenarbeit mit der Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände e.V. das Verkehrserziehungsprogramm RoadSense gestartet, das sich an Schüler der achten Klassen aller Schularten richtet. Ziel ist es, sie für die Gefahren im Straßenverkehr zu sensibilisieren und ihnen praktische Hilfestellungen zu geben. Unter Anleitung eines Fahrlehrers dürfen die Schüler selbst Platz hinterm Steuer nehmen. Auf einem geschlossenen Parcours erleben sie typische Fahrsituationen in der Rolle von Fahrer und Beifahrer. Anschließend wird in kleiner Runde diskutiert, wie mit Risiken wie Fehleinschätzen von Situationen, Gruppenzwang oder Selbstüberschätzung umzugehen ist und welche Möglichkeiten der Beifahrer hat, diesen entgegenzuwirken. Nach dem erfolgreichen Start in Stuttgart wird das Programm in Berlin, Bremen und Amsterdam fortgesetzt.

Sicherheitstrainings und Schulungen für Pkw- und Nutzfahrzeugfahrer

Sicherheitstechnik darf den Fahrer nicht aus der Verantwortung entlassen, und sie muss für ihn beherrschbar bleiben. In diesem Zusammenhang leisten unsere Aus- und Weiterbildungsangebote für Pkw- und Nutzfahrzeugfahrer einen wichtigen Beitrag zur Sicherheit.

Seit mehr als drei Jahrzehnten bieten wir professionelle Fahrsicherheitstrainings für unsere Pkw-Kunden an. Beim Neuerwerb eines Transporters laden wir unsere Kunden mit einem Gutschein zur kostenlosen Teilnahme an einem Fahrtraining ein. Genau abgestimmt auf das jeweilige Fahrzeug vermitteln die Kurse den effektiven Einsatz moderner Sicherheitstechnik wie auch eine ökonomische und vorausschauende Fahrweise.

Berufsfahrern von Lkw und Omnibussen bietet Mercedes-Benz bereits seit 40 Jahren professionelle Schulungen und Fahrsicherheitstrainings an. Mit jährlich mehr als 65.000 Teilnehmern aus 50 Ländern – einschließlich der Sondertrainings für ganze Speditionen – hat sich das Mercedes-Benz Driver-Training zur größten Schulungseinrichtung seiner Art für Lkw-Fahrer entwickelt. Weiter haben schon mehr als 10.000 Omnibusfahrer unsere Sicherheitstrainings durchlaufen.

Berufskraftfahrer des gewerblichen Güterverkehrs sind nach dem Berufskraftfahrer-Qualifikationsgesetz (BKrFQG) verpflichtet, alle fünf Jahre eine Weiterbildung von 35 Stunden in einer zertifizierten Ausbildungsstätte zu absolvieren. Als anerkannter Ausbildungsbetrieb führt Mercedes-Benz seit 2008 Trainings und Seminare nach den Vorgaben dieses Gesetzes durch. Die Qualifikation der Fahrer von Fahrzeugen ab 3,5 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht dient deren eigener Sicherheit sowie der anderer Verkehrsteilnehmer. Sie reduziert zudem die durch den Güterverkehr verursachten Umweltbelastungen.

MOBILITÄTSKONZEPTE UND -SERVICES

Wachsende Städte, mehr Verkehr, zunehmende Umweltbelastungen – vor allem in Ballungsgebieten bringt der Wunsch nach schnellen, bequemen Transportmöglichkeiten die vorhandenen Infrastruktur- und Transportsysteme mehr und mehr an ihre Grenzen. Zugleich liegen gerade hierin auch Chancen für neue, innovative und nachhaltige Mobilitätskonzepte wie car2go, car2gether oder Bus Rapid Transit.

car2go. Wer als Kunde von car2go registriert ist, kann spontan einen smart fortwo mieten, ihn beliebig lange nutzen und an einem öffentlichen Parkplatz im jeweiligen Geschäftsgebiet des Projekts wieder abstellen. Die Pilotprojekte zu car2go begannen 2008 in Ulm und 2009 in Austin, Texas, und sind mittlerweile in den Dauerbetrieb übergegangen. Die Anfang 2010 gegründete car2go GmbH wird das Mobilitätskonzept ab 2011 auch in anderen Städten anbieten. Den Anfang macht im ersten Quartal die Stadt Hamburg mit zunächst 300 smart fortwo der neuen smart car2go edition.

car2gether. Im Herbst 2010 startete die webbasierte Mitfahr-Community „car2gether“ mit zwei Pilotprojekten in den Regionen Ulm und Aachen. car2gether ermöglicht es, Mitfahrgelegenheiten per Computer oder Smartphone anzubieten und nachzufragen. Das System vermittelt schnell und einfach mögliche Mitfahrer und Fahrer für Kurzstrecken und ist durch die Einbindung des mobilen Internets auch von unterwegs aus nutzbar.

Bus Rapid Transit. Für den steigenden Transportbedarf in Metropolen und Regionen mit großem Bevölkerungswachstum setzt Daimler auf „Bus Rapid Transit“-Lösungen (BRT). Ein BRT-System besteht aus einer oder mehreren Hauptachsen, auf der Linienbusse in hoher Taktfrequenz verkehren und die durch Zubringerlinien aus allen Gebieten der Stadt gespeist werden. Eigens abgetrennte Spuren mit separaten Ampelschaltungen ermöglichen auch in Hauptverkehrszeiten ein schnelles Vorankommen. Das System lässt sich leicht an die individuellen Bedingungen einer Stadt anpassen. Daimler Buses bietet mit seinem BRT-Expertenteam Unterstützung bei der Planung, Einführung und Weiterentwicklung maßgeschneiderter Konzepte für BRT-Systeme. Städte wie Nantes, Istanbul, Bogotá und Mexiko-Stadt setzen BRT bereits erfolgreich ein.

UMWELTGERECHTE PRODUKTENTWICKLUNG

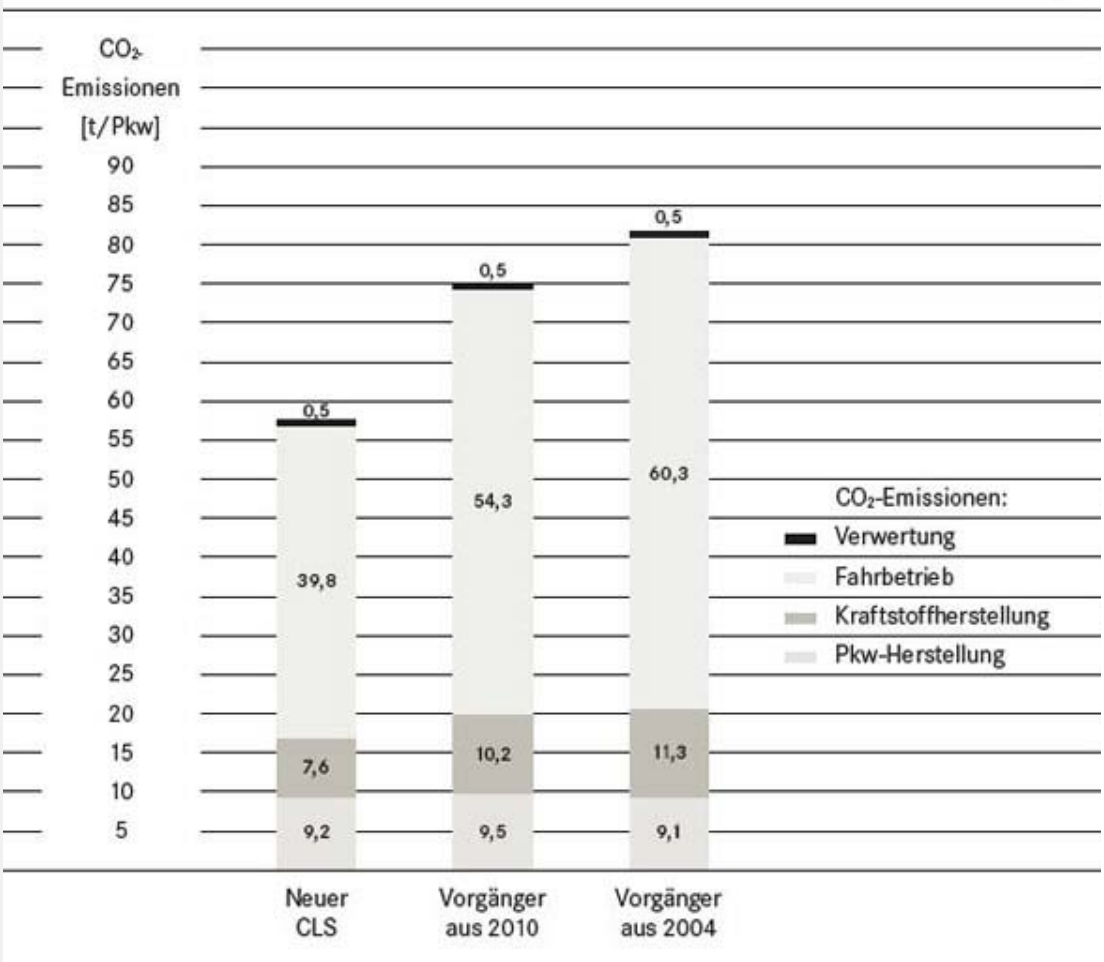
Welche ökologischen Lasten ein Produkt verursacht, entscheidet sich weitgehend schon in den ersten Entwicklungsphasen. Je früher die umweltgerechte Produktentwicklung (Design for Environment, DfE) in den Entwicklungsprozess integriert ist, desto effizienter kann sie Umweltauswirkungen minimieren. Spätere Korrekturen sind dagegen nur noch unter hohem Aufwand möglich. Deshalb schreiben wir die kontinuierliche Verbesserung der Umweltverträglichkeit unserer Fahrzeuge bereits in den Lastenheften der Entwicklung fest. Unsere DfE-Experten sind als Querschnittsteam in sämtliche Prozessstufen der Fahrzeugentwicklung eingebunden. Sie bewerten alle neuen Bauteil- und Fahrzeugkonzepte im Rahmen einer ganzheitlichen Bilanzierung.

Ganzheitliche Bilanzierung. Um die Umweltverträglichkeit eines Fahrzeugs zu erhöhen, müssen die Emissionen und der Ressourcenverbrauch über den gesamten Lebenszyklus hinweg verringert werden. Umweltgerechte Produktentwicklung fängt daher bei der Auswahl geeigneter Rohstoffe und Materialien an und endet bei der recyclingfreundlichen Konstruktion und Produktion, die eine spätere Wiederverwendung oder Verwertung erlaubt. Besondere Aufmerksamkeit genießt dabei etwa der Einsatz strategischer Rohstoffe wie Rhodium, Lithium oder Seltener Erden. Unsere DfE-Experten analysieren die Funktion und Verwendungsmengen dieser Rohstoffe für jede Baureihe, um Reduzierungspotenziale zu identifizieren und umzusetzen.

Umweltprofil des Mercedes-Benz CLS

Primärenergiebedarf. Über den gesamten Lebenszyklus des neuen CLS errechnet sich ein Primärenergieverbrauch von 820 Gigajoule und ein Umwelteintrag von rund 57 Tonnen Kohlendioxid (CO_2). Betrachtet man den gesamten Lebenszyklus – von der Herstellung über die Nutzung bei einer Laufleistung von 250.000 Kilometern bis zur Verwertung – verursacht das neue Modell 30 Prozent weniger CO_2-Emissionen als das Vorgängermodell bei der Markteinführung im Jahr 2004. Mit einem Anteil von 79 Prozent ist die Phase der Nutzung durch den Fahrzeugkunden dabei für die CO_2-Emissionen und auch den Primärenergieverbrauch entscheidend.

Gegenüberstellung der CO_2-Emissionen des neuen CLS im Vergleich zum Vorgängermodell



Emissionen. Beim Vergleich der Stickoxidemissionen über den gesamten Lebenszyklus, bestehend aus Herstellung, Nutzung über 250.000 Kilometer und Verwertung, ergeben sich für den neuen CLS ebenfalls deutliche Vorteile. Die Verbesserung liegt hier bei 21 Prozent, verglichen mit dem Vorgängermodell bei Markteinführung im Jahr 2004. Dies ist auf den geringeren Kraftstoffverbrauch und die deutlich reduzierten Stickoxidemissionen im Fahrbetrieb des neuen CLS zurückzuführen.

Vorteile des neuen CLS gegenüber dem Vorgängermodell im Jahr 2004

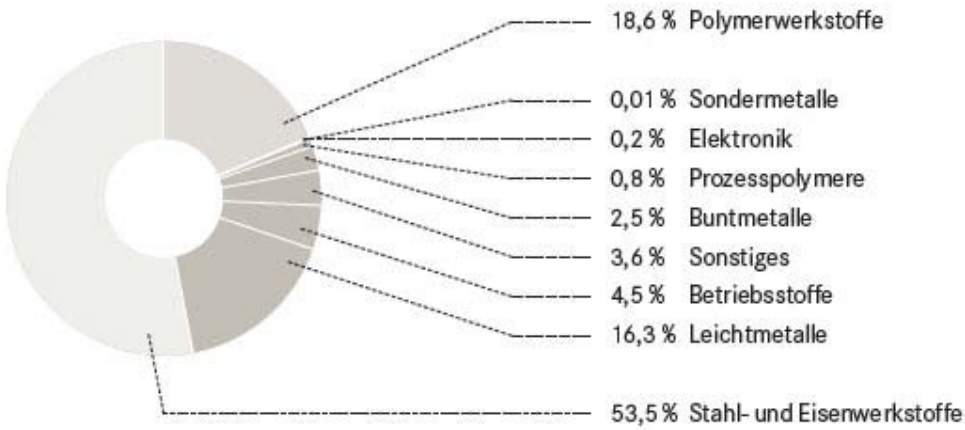
Kohlendioxid	–30 Prozent
Stickoxide	–21 Prozent
Schwefeldioxid	–17 Prozent
Kohlenmonoxid	–26 Prozent
Nicht-Methan-Kohlenwasserstoffe	+1 Prozent

Recycling. Für den neuen CLS lässt sich eine stoffliche Recyclingfähigkeit von 85 Prozent und eine

Verwertbarkeit von 95 Prozent gemäß dem Berechnungsmodell nach ISO 22628 nachweisen.

Werkstoffzusammensetzung. Beim neuen Mercedes-Benz CLS geht etwa die Hälfte des Fahrzeuggewichts (53,5 Prozent) auf die Stahl-/Eisenwerkstoffe zurück. Darauf folgen die Polymerwerkstoffe mit 18,6 Prozent und als drittgrößte Fraktion die Leichtmetalle mit 16,3 Prozent.

Werkstoffzusammensetzung des neuen CLS nach VDA 231-106



Umweltgerechte Entwicklung von Pkw. Die Anforderungen einer umweltorientierten Produktentwicklung sind in der ISO-Norm 14062 festgelegt. Die S-Klasse von Mercedes-Benz erhielt im Jahr 2005 als weltweit erstes Automobil ein TÜV-Umweltzertifikat, das die Erfüllung dieser Vorgaben bescheinigt. Mittlerweile wurden fast alle Mercedes-Benz-Baureihen mit dem Umweltzertifikat ausgezeichnet, zuletzt im Jahr 2010 der Mercedes- Benz CLS. Jedes Zertifikat dokumentiert den Fortschritt, der jeweils gegenüber den Vorgängermodellen erzielt wurde.

Mercedes-Benz Modelle mit Umwelt-Zertifikat

Die Mercedes-Benz S-Klasse war 2005 das weltweit erste Automobil mit Umwelt-Zertifikat gemäß der ISO-Norm 4062 für umweltgerechte Produktentwicklung (Design for Environment). Damit bestätigt die Zertifizierungsstelle der TÜV Süd Management Service GmbH die in allen Aspekten umweltgerechte Entwicklung des Fahrzeugs nach den Anforderungen der ISO-Norm. Mittlerweile wurde auch die umweltorientierte Produktentwicklung der C-Klasse, des C-Klasse T-Modells, des CLS, der modellgepflegten A- und B-Klasse, des GLK, der neuen E-Klasse und des S 400 HYBRID mit dem Umweltzertifikat ausgezeichnet. Daten und Fakten der Fahrzeuge mit Umweltzertifikat sind in den nachfolgenden Broschüren zusammengefasst.
Auf der Daimler Homepage können Sie die Umweltzertifikate der einzelnen Modelle als PDF-Dateien abrufen.

RECYCLING

Bei der Entwicklung unserer Fahrzeuge legen wir großen Wert auf eine umwelt- und recyclinggerechte Konstruktion. Das Recyclingkonzept wird dabei parallel zur Entwicklung des Fahrzeugs erstellt, indem für jede Stufe des Prozessablaufs die einzelnen Bauteile und Werkstoffe analysiert werden. Unsere Rahmenbedingungen für die Verwertung von Altfahrzeugen nach der europäischen Altfahrzeugrichtlinie:

- kostenlose Rücknahme aller Altfahrzeuge,
- leistungsfähiges Rücknahme- und Recyclingnetz,
- Verbot der Schwermetalle Blei, sechswertiges Chrom, Quecksilber und Cadmium (unter Berücksichtigung der Ausnahmeregelung in Anhang II der EU-Richtlinie),
- detaillierte Demontageinformationen für alle Altfahrzeugverwerter über das elektronische „International Dismantling Information System“ (IDIS) der Automobilindustrie.

Wichtige Bausteine unseres Recyclingkonzeptes sind der Wiederverkauf geprüfter und zertifizierter Gebrauchtteile durch das Mercedes-Benz Gebrauchtteile Center (GTC) sowie die Aufbereitung sogenannter Tauschmotoren.

Unser Rücknahmenetz für Altfahrzeuge

Daimler garantiert seinen Kunden die einfache Rückgabe und qualitativ hochwertige Entsorgung ihrer Altfahrzeuge entsprechend den gesetzlichen Vorschriften. Dafür haben wir in allen EU-Staaten gemeinsam mit den lokalen Importeuren und nationalen Entsorgungsdienstleistern Rücknahmenetze aufgebaut.

Umweltgerechte Altfahrzeugentsorgung im GTC

Im Jahr 1996 gegründet, ist das Mercedes-Benz Gebrauchtteile Center (GTC) fester Bestandteil des Service- und Teilegeschäfts für die Marke Mercedes-Benz. Es zählt zu den 200 Rücknahmestellen für Altautos im Rahmen der EU-Altautorichtlinie. Auf einer Fläche von rund 21.000 Quadratmetern werden jährlich mehr als 2.000 Personenwagen, Transporter und Lkw der Marke Mercedes-Benz demontiert.

Wiederverwendbare Gebrauchtteile sowie Teile mit kleinen optischen Mängeln werden gelagert. Zur Wiederverwendung eignen sich vor allem Blechteile, Aggregate, Kunststoffverkleidungen und Stoßfänger sowie Innenausstattungsteile und Lenkräder. Die Restkarosserie wird anschließend in die verschiedenen Fraktionen getrennt und weitestgehend in den Stoffkreislauf zurückgeführt. Reststoffe, die nicht wieder verwendet oder verwertet werden können, entsorgt das GTC entsprechend den geltenden Umweltrichtlinien vollständig.

Mit geprüften Mercedes-Benz Gebrauchtteilen bietet das GTC für fast jedes Fahrzeug ab Baujahr 1980 eine günstige Reparaturalternative. Auf diese Weise trägt es zur umweltgerechten Altfahrzeugentsorgung bei – und gewinnt durch sein qualitativ und wirtschaftlich attraktives Angebot neue Kundengruppen. Bis heute spielt das GTC damit eine Vorreiterrolle innerhalb der Automobilindustrie.

Tauschmotoren für Nutzfahrzeuge

In zweijähriger Vorbereitungszeit hat Daimler das Tauschmotorenzentrum für Nutzfahrzeugmotoren in Mannheim zum Europazentrum für Tauschmotoren erweitert. Seit Februar 2010 werden nun – neben den bislang 5.000 Tauschmotoren für Nutzfahrzeuge – jährlich weitere 12.000 Transporter- und Pkw-Motoren aufbereitet. Die Motoren kommen aus dem gesamten Mercedes-Benz Servicenetzwerk in Europa und weisen meist Laufleistungen von 300.000 bis 500.000 Kilometer bei Pkw oder 500.000 bis 1,2 Mio. Kilometer bei Nutzfahrzeugen auf. In Mannheim bereiten wir sie in sechs Phasen auf: Demontage, Reinigung, Aufbereitung oder Ersatz von Teilen, Montage, Prüflauf und, bei Bedarf, Lackierung. Nur etwa 1 Prozent eines Altmotors muss dabei entsorgt werden; alles andere wird entweder Bestandteil des Mercedes-Benz Original-Tauschmotors oder landet als sortiertes Recyclinggut in der Wiederverwertung. Die Tauschmotoren

entsprechen qualitativ einem Neuteil und tragen eine vollwertige Werksgarantie.

LiBRi – Batterie-Recycling für die Elektromobilität. Da Elektrofahrzeuge erst vor ihrer breiten Markteinführung stehen, liegen noch kaum Erfahrungswerte zu Sammel- und Rückführkonzepten und zum Recycling von Lithium-Ionen-Batterien vor. In dem Verbundprojekt LiBRi (Lithium Battery Recycling Initiative) haben sich deshalb das Materialtechnik-Unternehmen Umicore, die Daimler AG, die Technische Universität Clausthal und das Öko-Institut zusammengeschlossen, um einen industriellen Prozess für das effiziente und umweltverträgliche Recycling von Batterien für Hybrid - und Elektrofahrzeuge zu entwickeln.

MeRSy schont Ressourcen. Mithilfe unseres Recycling-Managementsystems MeRSy minimieren wir das Abfallaufkommen, indem wir in unseren Werkstätten Verpackungsmaterialien, Werkstattabfälle, Fahrzeug-, Alt- und Garantieteile sowie Flüssigkeiten sammeln und, soweit möglich, wiederverwerten. Über die gesetzlichen Vorgaben hinaus trägt die Daimler AG für einen Teil der zurückzunehmenden Abfälle freiwillig und bis auf Widerruf die Kosten der Entsorgung. Im Jahr 2010 hat MeRSy insgesamt 33.588 Tonnen Altteile und Materialien gesammelt und der Verwertung zugeführt. Etwa 1.067.000 Liter Kühl- und 788.000 Liter Bremsflüssigkeit wurden wieder aufbereitet.

KUNDENORIENTIERUNG UND VERBRAUCHERSCHUTZ

Die Marke Mercedes-Benz gilt als eine der wertvollsten immateriellen Güter des Konzerns – nach Aussage der Markenberatung Interbrand ist sie sogar die wertvollste automobile Premiummarke der Welt. Wir wollen diesen Markenwert erhalten und stärken. Alles, was wir dafür tun können, steht in Beziehung zu unseren Kunden – denn sie sind es, die unserer Marke Gewicht und Wert geben, indem sie sich dafür entscheiden.

Kundenbeziehungen

- Kundenbeziehungen Mercedes-Benz Cars
- Kundenbeziehungen Mercedes-Benz Lkw
- Kundenbeziehungen Daimler Trucks North America
- Kundenbeziehungen Mitsubishi Fuso
- Kundenbeziehungen Mercedes-Benz Vans
- Kundenbeziehungen Daimler Buses
- Kundenbeziehungen Daimler Financial Services

2010 haben wir unseren Markenauftritt behutsam präzisiert und den Führungsanspruch der Marke noch deutlicher in den Vordergrund gestellt. In den drei Markenwerten Faszination, Perfektion und Verantwortung kommt dieser Führungsanspruch zum Ausdruck. Für unsere Kunden sollen diese Markenwerte in der Qualität unserer Fahrzeuge und Dienstleistungen sowie in allen Kontakten mit Mercedes-Benz erlebbar sein. Für unsere Mitarbeiter ergibt sich daraus die Richtschnur für ihr tägliches Handeln – ganz gleich, ob in Forschung und Entwicklung, im Einkauf, in der Produktion, im Vertrieb oder im Service- und Teilegeschäft.

Markenwert Verantwortung. Wir haben das Automobil erfunden und prägen mit bahnbrechenden Erfindungen unsere Industrie seit 125 Jahren. Heute sind wir gefordert, mit dieser Innovationskraft die Herausforderungen auf dem Weg zu einer nachhaltigen Mobilität anzugehen. Wir investieren in die gesamte Bandbreite umweltfreundlicher Antriebe und streben die Innovationsführerschaft bei den grünen Technologien an. Zudem ist die Sicherheit von Fahrzeuginsassen und Verkehrsteilnehmern für uns ein wichtiges Entwicklungsanliegen. Den Führungsanspruch auf diesen Feldern verkörpert insbesondere unser Markenwert Verantwortung. Wir wollen diesen Wert in allen Kundenbeziehungen zum Tragen bringen: in unserer Angebotspalette, die wir in Hinblick auf Umweltverträglichkeit und Sicherheit kontinuierlich weiterentwickeln, in unserem Anspruch sorgfältig zu beraten, für transparente, gut verständliche Produktinformationen zu sorgen und in der Sicherstellung eines verantwortungsbewussten Umgangs mit Kundendaten.

Auch in unseren Marketingaktivitäten rücken wir die Effizienz unserer Produkte und unsere Strategie auf dem Weg in eine emissionsfreie Zukunft in den Vordergrund. Unter dem Motto „Schneller von heute nach morgen“ illustriert etwa die BlueEFFICIENCY Kampagne, die 2010 weltweit ausgerollt wurde, wegweisende Technologien bei Diesel- und Benzin-, Elektro- und Brennstoffzellenantrieben.

Maßnahmen zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit. 2006 hat Mercedes-Benz zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit das Programm „CSI No. 1“ gestartet. Bis 2010 haben wir in diesem Rahmen mehr als 1,5 Mio. Service- und Neufahrzeugkunden zu Produktqualität und Verkaufs- und Servicequalität befragt. Seit dem Start der Kundenzufriedenheitsinitiative 2006 konnten wir im Verkaufs- und Servicebereich deutliche Verbesserungen in allen Märkten feststellen. Dazu hat unter anderem unser umfassendes Schulungskonzept beigetragen. Mehr als 250.000 Mitarbeiter im Kundenkontakt (Verkauf und Service) aus den weltweit 5.500 Händlerbetrieben von Mercedes-Benz Pkw haben seit 2006 am Programm teilgenommen. Griffige Leitlinien helfen den Verkaufsberatern und Servicemitarbeitern dabei, unseren Anspruch der Kundenorientierung und -wertschätzung in ihrem Alltag mit Leben zu füllen. 2010 haben wir die Effizienz des Programms „CSI No. 1“ weiter verbessert und den Best-Practice-Austausch zwischen unseren Vertriebsgesellschaften intensiviert. Viele kleine, aber wirkungsvolle Maßnahmen stellen die langfristige Wirkung des Programms sicher.

Marktforschung für die Produktentwicklung. Jedes Jahr führen wir in bis zu 75 Ländern Marktforschungsstudien durch. Die Erkenntnisse daraus fließen in unsere Produktentwicklungsprozesse ein. Unter anderem zeigt sich in diesen Studien, dass individuelle Konfigurationsmöglichkeiten für Automobilkunden bei der Produktauswahl eine wichtige Rolle spielen. Kunden wünschen sich Pkw, die Fahrspaß bieten und zugleich wirtschaftlich, umweltfreundlich und sicher sind. Nach jedem Fahrzeuganlauf befragen wir zudem jährlich rund 12.000 Kunden zu ihren Erfahrungen mit und bitten sie ihr Fahrzeug zu bewerten. Nicht zuletzt die Erkenntnisse aus diesen Studien haben dazu geführt, dass Mercedes 2010 in der für den amerikanischen Markt relevanten „Initial Quality Study“ des renommierten Marktforschungsinstituts „J. D. Power and Associates“ am besten von allen Wettbewerbern abgeschnitten hat. Neben dem Gesamtsieg belegte die C-Klasse den ersten Platz im Premiumeinsteigersegment, weitere Awards gab es für die S-Klasse und das E-Coupé.Das Mercedes-Benz Produktionswerk in Eas London/Südafrika erhielt den J. D. Power Platin Award für Fertigungsstätten und liegt damit sowohl in der Landeskategorie Europa/Afrika als auch weltweit ganz oben. Ebenfalls unter den Top 3 des Jahres 2010 in der amerikanischen Marktstudie: Das weltweit größte Mercedes-Benz Werk in Sindelfingen, das den J. D. Power Bronze Quality Award erhielt.

Werkstätten und Kundenservice. Mit dem Werkstattprozess 2010 (WP2010) haben wir einen idealtypischen Werkstattprozess definiert, an dem wir unsere Betreuungsqualität – von der Serviceanmeldung über die eigentlichen Arbeiten am Fahrzeug bis zur Fahrzeugrückgabe – messen. WP2010-Berater unterstützen die Werkstätten dabei, mithilfe von Best-Practice-Beispielen das Erfolgsmodell umzusetzen. Bis Ende 2010 wurden insgesamt 1.100 Betriebe in 70 Ländern beraten.

Das Mercedes-Benz Customer Assistance Center (CAC) Maastricht N.V. in den Niederlanden ist unsere zentrale Anlaufstelle für Kunden und Interessenten in Westeuropa. Rund 600 Mitarbeiter sorgen hier dafür, dass die Kunden individuelle Hilfestellung erhalten – rund um die Uhr auf gleichbleibend hohem Niveau, in ihrer jeweiligen Landessprache. Die Hauptaufgaben umfassen die Koordination des Mercedes-Benz Service24h (Hilfe im Pannenfall) sowie die Bearbeitung von Kundenanfragen und -reklamationen.

Auszeichnungen Kundenzufriedenheit

Titel	Verliehen von	Beschreibung
Automotive Performance, Execution and Layout Study (APEL)		1. Platz MB E-Klasse Coupe, S-klasse; 2. Platz Mercedes Benz E-klasse, GL-Klasse, GLK-Klasse
UK Institute of customer satisfaction 2010	UK Institute of customer satisfaction	1. Platz Mercedes-Benz
Concentare (Händlertest 2009)		1. Platz Mercedes-Benz
	ADAC	1. Platz Mercedes-Benz B-Klasse, C-Klasse, SLK-Klasse: 2. Platz Mercedes-Benz CLK-Klasse
	Auto Illustrierte	1. Platz Mercedes-Benz
		1. - 5. Platz Mercedes-Benz Betriebe
		1., 5., 6. und 7. Platz Mercedes-Benz Betriebe
		2. Platz Mercedes-Benz Partnerin
Grand prix de Marques Automobiles – Kategorie "Services achat et Après-Vente"		1. Platz Mercedes-Benz
J.D. Power IQS Studie 2010		1.Platz Mercedes-Benz C-Klasse; 2. Platz Mercedes-Benz E-Klasse, E-Coupé, S-Klasse
Fehrenkötter –Fuhrparktest "Total Performance"	Fachzeitschrift trans aktuell aus dem ETM-Verlag.	Rang 1 Mercedes- Benz Actros 2
	Fachzeitschrift trans aktuell aus dem ETM-Verlag.	Rang 2 Mercedes- Benz Actros 2
"Geländewagen des Jahres 2010".	Leserwahl der Fachzeitschrift "Off	1. Platz "Geländewagen des Jahres 2010".

Titel	Verliehen von	Beschreibung
	Road"	
"Truck of the Decade"	Zeitschrift "Truck & Driver".	1. Platz Mercedes-Benz Actros
"Truck of the Year 2011"	durch internationale Jury auf der IAA Nutzfahrzeuge	1. Platz für Atego BlueTec Hybrid,
"Truck of the Year 2011"	durch internationale Jury auf der IAA Nutzfahrzeuge	1. Platz für Atego
"Green Commercial of the Year"	Fachmagazin "Fleet Transport Magazine"	für Atego Bluetec Hybrid
		für Atego Bluetec Hybrid
	Leserwahl des ETM-Verlages	1. Platz für Atgeo "Lkw bis 7,5 t"
	Leserwahl des ETM-Verlages	1. Platz für Actros in der Klasse "Fernverkehrs-Lkw"
	Leserwahl des ETM-Verlages	1. Platz für Actros in der Klasse "Kipper bis 32 t"
Image Award	VerkehrsRundschau Magazin	1. Platz für Daimler Fleet Boardin Kategorie "Telematik"
Image Award	VerkehrsRundschau Magazin	1. Platz für Mercedes-Benz Lkw und -Transporter Kategorie "Umwelt"
	Fachmagazins "Busfahrer"	1. Platz für Setra Dopppelstockbus S 431 DT
	Fachmagazins "Busfahrer"	1. Platz für Mercedes-Benz Citaro G BlueTec Hybrid
		1. Platz für den Midi-Reisebus Mercedes-Benz Tourino
		1. Platz für den Stadtlinienbus Citaro
	Fachzeitschrift trans aktuell aus dem ETM-Verlag.	1. Platz für den Vito in der Klasse bis 2,8 t
	Fachzeitschrift trans aktuell aus dem ETM-Verlag.	1. Platz für den Sprinter im Segment "Transporter und Lkw bis 3,5 t"
	Fachzeitschrift trans aktuell aus dem ETM-Verlag.	Sonderpreis "Innovationspreis Alternative Antriebe" für Sprinter NGT
"Fleet Van of the Year"	"Motor Transport Award 2010"	1. Platz für Sprinter
"Postal Technology International Award 2010"	Fachzeitschrift "Postal Technology International"	für Vito E-CELL
"Green Commercial of the Year"	Fachmagazin "Fleet Transport Magazine".	für Vito E-CELL
"Irish Van of the Year 2011"		für Vito
Image Award	VerkehrsRundschau Magazin	1. Platz für Merzedes-Benz Vans in Kategorie "Transporter"
Image Award	VerkehrsRundschau Magazin	1. Platz für Mercedes-Benz Lkw und -Transporter Kategorie "Umwelt"
CEGOS Dealer Satisfaction Survey	Cegos	530 automobile dealers took part in the annual dealer satisfaction survey by Cegos. MBFS France performed above average reflecting the team's high level of financial services and comprehensive cooperation with the Brand Partner Mercedes-Benz France.Within the Mercedes-Benz dealer network, Mercedes-Benz Financial Services France (MBFS) scored better than all other direct competitors on 30 criteria out of 40. Additionally, 84 percent of the dealers asked, said they were ‘satisfied' with MBFS France, of which 18 percent said they were ‘very satisfied'."By creating a seamless workflow from car configuration to dealer payout in one system, the implementation of our new

Titel	Verliehen von	Beschreibung
		PoS system contributed also to quicker and more reliable, interactive processes and thus improves our quality of service. However, we regard the results of the survey as a helpful tool for us to identify where and how we can improve our performance." says Wolfgang Köhne, Chief Operating Officer MBFS France.The annual dealer satisfaction survey, conducted by Cegos, an independent company, is published in the French automotive magazine "Auto Infos". The magazine is widely read by business professionals and thus an important factor for an external reputation. As the evaluation covers 40 criteria, the results give a comprehensive overview about all issues relating to financial services for automobile dealers.
	Wirtschaftsmagazin Euro	Platz 11 in der Gesamtwertung, Platz 2 bei Kriterium "Konditionen & Services für Zinsanlagen ab einem Monat", Platz 3 bei Kriterium "anlagezins für Geldanlagen" und Platz 5 für Kriterium "Wertpapierhandel" für die Mercedes-Benz Bank in 2010
SchwackeMarkenMonitor 2010	Schwacke Marken Monitor	**1. Platz für die Mercedes-Benz Bank in der Sonderauswertung zur Zufriedenheit der Händler mit den Herstellerbanken in 2010;** Mercedes-Benz Bank received the best marks in a large-scale survey of dealer satisfaction with automaker's banks in Germany. This year marks the 13th time that the SchwackeMarkenMonitor award has been presented. The large-scale survey of dealer satisfaction with their manufacturers and importers in Germany was conducted by the Institute for Automotive Research at the College of Nürtingen-Geisslingen. More than 1,000 dealers submitted marks for the key areas of dealer-manufacturer interaction: Products, brands, sales policies, pre-owned vehicle business, after sales activities, and general cooperation. The results of the study were announced at the Auto Mobil International (AMI) auto show in Leipzig in April.
"Fleet Award 2010"	Autoflotte Magazin	**Platz 5 für Daimler Fleet Management in der Kategorie Leasing- u. Fuhrparkmanagement ;** Around 6,000 readers of Autoflotte magazine selected their favorite companies in 14 vehicle categories and seven product and service areas. Daimler Fleet Management came in fifth in the Leasing category. As a result, the subsidiary of MB Bank in Germany moved up three places from last year's rating. From mid-December 2009 to mid-March 2010 the magazine's readers had the opportunity to vote online at www.autoflotte.de or to send in their ballots by mail or fax. Autoflotte, an independent fleet market magazine for German-speaking countries, is intended for a target group made up of fleet decision-makers at companies, government agencies and other organizations.
"Autohandels Award"	Automobilwoche	The magazine Automobilwoche has presented the Autohandels Award (AAA) for the fourth time at the AMI auto show in Leipzig. This year Mercedes-Benz Bank in Germany came in third behind Volkswagen and Toyota in providing consulting services for financing, leasing and insurance.The award is presented for outstanding consulting services, vehicle presentations and financial services. The winners are determined on the basis of a purchasing test conducted at 600 automobile sales partners of the brands with the highest sales volumes in Germany. As in the last three years, the Mercedes-Benz brand once again was victorious against its competitors, taking top honors in the nationwide comparison.
Dealer Financing Satisfaction Study	J.D. Powers and Associates	The annual Canadian Dealer Financing Satisfaction Study by J.D. Power and Associates examines dealer satisfaction with banks, credit unions and captive automotive finance companies in four categories: Prime Retail Credit, Retail Leasing, Floor Planning and Sub prime Retail Credit.Mercedes-Benz Financial in Canada (MBF) was recognized as the number one Retail Leasing provider. There are four factors measured in Retail Leasing: provider offering; application/approval process; vehicle return process; and sales representative relationship. MBF earned a score of 885 on a 1,000-point scale, performing particularly well in three of the four categories – provider offering; application/approval process; and vehicle return process. In second place was BMW Financial Services (BMWFS), who performed well in the sales

Titel	Verliehen von	Beschreibung
		representative relationship category.
Convergy's Consumer Satisfaction Research Study (SRS)	Convergy's Consumer Satisfaction Research Study (SRS)	In the recently announced results of the new Convergy's Consumer Satisfaction Research Study (SRS), MBF in the US ranked highest in customer loyalty and satisfaction with several key products and mobile as well as online services.The survey also measured customer satisfaction with key products and services, including online and mobile tools, credit approval process and point-of-sale products.
"FIRMENAUTO's best brands".	Firmenauto Magazin	**Platz 3 in der Kategorie "Leasing und Fuhrparkmanagement";** The readers of the magazine FIRMENAUTO have voted to select "FIRMENAUTO's best brands". Competing in a field of 55 suppliers, Daimler Fleet Management in Germany took third place in the "Leasing and fleet management" category.The readers' poll to name "FIRMENAUTO's best brands" honors companies that have shown very successful commitment to the fleet market, provide above-average quality, are very popular among customers, and make the customers' needs a top priority in their work.
Autohaus Bankenmonitor	Autohaus Magazin	**Platz 1 in der Kategorie "Deutsche Premium Fabrikate" und Platz 2 in der Gesamtwertung;** Mercedes-Benz Bank has won the title as the best financial services provider for premium-segment German cars for the second time in a row.The market research company puls Marktforschung was commissioned by the automotive trade journal Autohaus to survey over 1,000 car dealers of various brands in Germany and determine how satisfied the dealers are with their financing partners. Decision-makers at brand-specific dealerships were questioned regarding their collaboration with their respective captive financial services providers and with independent automotive banks. In addition to its latest victory in the premium segment, MB Bank also repeated its strong showing of last year by taking second place in the overall ranking, with a score of 1.96 on a scale of 1 (the best possible score) to 6.
AC Nielsen Dealer Satisfaction Survey	AC Nielsen	MBFSAu has been ranked the number one captive financier in Australia for the second year running, according to the latest AC Nielsen Dealer Satisfaction Survey. The great outcome of the annual survey is a result of close cooperation with the brand partner and a clear focus on customer service to dealers.
Dealer Financing Satisfaction Study	J.D. Powers and Associates	Mercedes-Benz Financial (MBF) has once again ranked very well in the J.D. Power and Associate's 2010 U.S. Dealer Financing Satisfaction Study. Earning first place in overall dealer satisfaction, second in both Retail Leasing and Floor Planning and third in Prime Retail Credit, these results represent an outstanding accomplishment for all employees that provide service and support to Mercedes-Benz dealers in the USA.While there is no actual award given for overall satisfaction, MBF ranked highest in that particular question on the survey, proving that Mercedes-Benz dealers, when taking everything into account are extremely satisfied with the service and support received from MBF.
DISS dealer satisfaction survey	DISS	Top Position in DISS "Dealer Identification Survey Study", The DISS Premium Club Study was conducted for the first time ever in Portugal from March to April 2010. The captive dealers were asked to fill out an online questionnaire that gauged their general satisfaction with the following aspects: • vehicle brand, fleet sales, new vehicle sales, used vehicle sales, aftersales service, replacement parts, and financial services.
	Fachzeitschrift "Autohaus"	Platz 1 im Premium-Segment und Platz 2 Gesamtwertung
"Car Dealer Insurance Monitor"	Autohaus Magazin	According to the results of a recent study conducted by the automobile trade magazine Autohaus, Mercedes-Benz Bank offers the best motor insurance for premium automobiles in Germany.
DISS dealer satisfaction survey	DISS	Top Position in DISS "Dealer Identification Survey Study", The survey took place for the first time in spring 2010 and was issued among dealers from the automotive brands Mercedes-Benz, BMW, VW, Audi, Seat and Skoda.
Image Award	VerkehrsRundschau Magazin	**Platz 1 für Mercedes-Benz CharterWay in der Kategorie Nutzfahreugmiete/ -Leasing in 2010 zum dfünften Mal in Folge.** For the

Titel	Verliehen von	Beschreibung
		fifth time in a row, managers from the commercial vehicles sector have rated Mercedes-Benz CharterWay in Germany number one in the Rental/Leasing category, honoring the company with the Image Award presented by the trade magazine VerkehrsRundschau.The Munich-based publication VerkehrsRundschau once again commissioned the market research institute TNS Emnid to establish the image of the most important suppliers of commercial vehicles and products and services for fleet operators. In October and November 2009, TNS Emnid surveyed 400 randomly selected purchasing specialists and managers from shipping companies and industrial and trading companies that have their own vehicle fleets.
"Best Brand 2010"	AutoMotorSport Magazin	**Platz 3 für die Mercedes-Benz Bank in der Kategorie "Pkw-Banken";** Bei der Leserumfrage "Best Brand 2010" von auto motor und sport landet die Mercedes-Benz Bank im Ranking der Autobanken auf dem dritten Platz wie bereits im Jahr zuvor.
Number 1"Truck Dealer Survey" - captive financer	American Truck Dealers Association	In the industry-wide American Truck Dealer survey, Daimler Truck Financial (DTF) in the U.S. was ranked as the number one captive finance company by dealers. Although their score of 8.3 was just shy of their all-time high in 2009, they clearly distanced themselves from the nearest competitor. This is the fifth time in six years that DTF has captured the number one ranking.
Number 1 Sewells Dealer Satisfaction Survey	Sewells Dealer Satisfaction Survey	Since 2007, the local dealer network has voted Mercedes-Benz Financial Services in the UK to be their number one finance provider. With an overall satisfaction rating of 90 percent in the 2010 Sewells Dealer Satisfaction Survey the results follow the previous outperformance of the competition.
"Best Brands"	ETM Verlag	**Platz 1 in der Kategorie "Miete/Leasing" zum vierten Mal in Folge;** For the fourth time in a row, the readers of trans aktuell, lastauto omnibus, and FERNFAHRER have selected Mercedes-Benz CharterWay as the Number One brand in Germany in the Rental/Leasing category. The ETM Verlag publishing company once again presented its "Best Brands" awards this year. Approximately 8,000 readers from the industry took part in the vote, which covered a total of 20 product groups, including transmission, tires, filters, seats, air-conditioning/heating systems, mobile navigation, dump trucks, and rental/leasing.
Händlerzufriedenheitsstudie RODI	RODI / Bovag	MBFS was rated highest in the country's independent dealer satisfaction survey RODI.The results of the 2009 Dealer Importer Relationship Survey (RODI) were very positive for Mercedes-Benz Financial Services in the Netherlands (MBFS). For the first time, the large scale study included a question regarding the support of the car maker's captive finance company towards the dealer. MBFS, clear in the lead, scored best with 8.1 for smart dealer support and 7.9 for Mercedes-Benz support.The survey is conducted by the Dutch car dealer's branch organization BOVAG and measures predominantly the dealer satisfaction with the importer (Brand Partner) in terms of support in Sales and After Sales. An overwhelming response rate of 43 percent of the 2.863 contacted dealerships from 31 different vehicle brands ensures a representative overview about the local dealer satisfaction index. The RODI survey took place in late October through December 2009.
DISS dealer satisfaction survey	DISS	Top Position in DISS "Dealer Identification Survey Study"
Best automotive financing company" and for the "Best auto finance case".	"2010 China's Golden Engine Awards"	Mercedes-Benz Auto Finance Ltd. in China (MBAFC) received two 2010 "China's Golden Engine Awards". Having just celebrated the 5th anniversary, the subsidiary was recognized as the "Best automotive financing company" and for the "Best auto finance case".

Angebote für preissensiblere Kunden. Nach dem großen Erfolg in Deutschland haben wir 2010 in zahlreichen Märkten, darunter auch den USA, unser Angebot an attraktiven Gebrauchtfahrzeugen weiter ausgebaut. Insbesondere „junge“ Gebrauchtwagen, die zuvor von Daimler-Führungskräften gefahren wurden und in hervorragendem, qualitätsgeprüftem Zustand übergeben werden, sind für preissensible Kunden ein beliebter

Einstieg in die Modellpalette von Mercedes-Benz. Darüber hinaus sind die verbrauchsoptimierten BlueEFFICIENCY Fahrzeuge durch Vorteile in der Besteuerung sowie vorteilhaften TCO-Werten (Total Cost of Ownership bzw. „Kosten pro Kilometer“) insbesondere für Flottenkunden in vielen Märkten besonders attraktiv.

Mercedes-Benz Original-Tauschteile

Mercedes-Benz Original-Tauschteile sind gebrauchte Komponenten, die von Experten aufbereitet und auf den neuesten technischen Stand gebracht werden. So kommen sie erneut zum Einsatz und sind damit nicht nur eine preisgünstige, sondern auch umweltbewusste Alternative: Premiumqualität bei gleichzeitiger Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit.

Da Tauschteile nicht komplett neu produziert werden müssen, wird weniger Energie benötigt. Zudem werden durch die Wiederverwendung von Altteilen wertvolle Rohstoffe und Emissionen gespart. Das Tauschteileangebot von Mercedes-Benz umfasst aktuell mehr als 11.500 Komponenten und Tauschaggregate für Lkw, Transporter sowie Pkw und wird ständig erweitert.

Wie groß der Umweltvorteil dabei ist, lässt sich mit einem Beispiel eindrucksvoll belegen: Bei der Aufbereitung eines Mercedes-Benz V8-Kfz-Motors können 67 Prozent wiederverwertet werden, 32 Prozent gehen in die Aufarbeitung und nur 1 Prozent bleibt nicht genutzt. Insgesamt sparen wir mit dem Mercedes-Benz Tauschteileprogramm jedes Jahr etwa 13.500 Tonnen Rohstoffe ein. Dazu kommen Energieeinsparungen von ca. 54.000 Megawattstunden – dies reicht aus, ca. 17.000 Haushalte ein ganzes Jahr lang mit Energie zu versorgen.

Die Mercedes-Benz Original-Tauschteile wurden bei der Automechanika 2010 als eines der 25 umweltfreundlichsten Produkte der Messe in den grünen Besucherführer „Green Directory“ aufgenommen. Dieser wies den Messebesuchern den Weg zu nachhaltigen und emissionsfreien Produkten.

Mercedes-Benz Gebrauchtteile

Wiederverwendung ist die höchste Stufe des Recyclings – deshalb geben wir Teilen eine zweite Chance. Vom Gebrauchtteile Center (GTC) erhalten End- und gewerbliche Kunden mit einem Gebrauchtteil die Möglichkeit, Fahrzeuge kostengünstig zu reparieren. Damit können Kunden ihren Geldbeutel schonen – und gleichzeitig einen Beitrag zur Ressourcen- und Umweltschonung leisten. Mit dem Verwenden von Zweite-Wahl- und Gebrauchtteilen können Ressourcen und Energie gespart werden. In technischer Hinsicht werden alle Teile sorgfältig geprüft (Qualitätssicherung). Was diesem Anspruch nicht standhält, wird der Wertstofftrennung zugeführt.

Angebote für Kunden mit eingeschränkter Mobilität. Seit Anfang 2010 finden Kunden mit eingeschränkter Mobilität bei Mercedes-Benz noch passgenauere Angebote: Sie können aus 15 verschiedenen Fahrhilfen auswählen, außerdem steht ihnen eine Auswahl an Sitzanpassungen zur Verfügung. Ab Werk können sie ihren Neuwagen in der gewünschten individuellen Ausstattung erhalten. Die „Fahrhilfen ab Werk“ werden in allen Mercedes-Benz Häusern angeboten und leisten einen wichtigen Beitrag für eine unabhängigere Mobilität dieser Zielgruppe. Mehr zu Mercedes-Benz Fahrhilfen und Sitzanpassungen

Kundendatenschutz. Zum Schutz der Daten von Kunden und Partnern haben wir eine Konzernrahmenrichtlinie aufgestellt. Sie gilt weltweit. Bei Daten, die wir im Internet erheben, weisen wir auf unsere Verpflichtung auf Datenschutzerklärungen hin, die auf unseren Websites abrufbar sind. Interessenten und Kunden fragen wir danach, ob und auf welchem Kommunikationsweg sie kontaktiert werden möchten. Ein Beschwerdemanagement sorgt dafür, dass Datenschutzbeschwerden schnell und korrekt bearbeitet werden.

Gesetzlich vorgeschriebene Informationen über Produkte und Dienstleistungen

Art der gesetzlich vorgeschriebenen Informationen über Produkte und Dienstleistungen und Prozentsatz der Produkte und Dienstleistungen, die Informationspflichten unterliegen.

Als Hersteller von Kraftfahrzeugen ist die Daimler AG verpflichtet, die Benutzer ihrer Produkte in geeigneter Weise über den Gebrauch und die möglichen Risiken im Umgang mit den Produkten zu unterrichten sowie vor Gefahren, insbesondere bei einem vorhersehbaren Fehlgebrauch des Produkts, zu warnen. Die Betriebsanleitung, ergänzt durch weitere Informationen zur Funktionsweise von Rückhaltesystemen, Fahrassistenzsystemen sowie technische Hintergrundinformationen im Internet, ermöglicht einen verantwortungsvollen sicheren Umgang mit den Produkten der Daimler AG. Eine besondere Herausforderung stellt es dar, die immer komplexer werdenden Funktionsweisen und Bedienvorgänge übersichtlich darzustellen, ohne die Kundenliteratur zu überfrachten und eine hohe Akzeptanz zu gewährleisten. Hierzu trägt die Reduzierung des Labeling an Fahrzeugbauteilen, insbesondere im Innenraum, auf ein gesetzlich vorgeschriebenes Mindestmaß bei. Die produkthaftungsrechtlichen Anforderungen an die Kundenliteratur, insbesondere Betriebsanleitungen und Wartungshefte, werden durch eine fachliche und rechtliche Beurteilung einschließenden Freigabeprozess sichergestellt.

Konzernrahmenrichtlinie „Datenschutz für Kunden- und Partnerdaten“ (PDF, 574 KB)

KUNDENBEZIEHUNGEN MERCEDES-BENZ CARS

Neue Kunden gewinnen und bestehende langfristig und emotional an die Marken binden, das ist das Ziel des integrierten Kundenbindungsmanagements von Mercedes-Benz und smart. Mercedes-Benz will bis zum Ende des Jahrzehnts bei der Kundenzufriedenheit weltweit die Spitzenposition im Premiumsegment einnehmen – eine anspruchsvolle Aufgabe. Im August 2006 wurde daher das Programm „CSI No. 1“ gestartet, um die Kundenzufriedenheit weiter zu optmieren. Das ist uns gelungen. Seit Beginn des Programms haben wir in fast allen Märkten eine deutliche Verbesserung unserer Wettbewerbsposition im Verkauf und im Service erzielt.

In dem Programm CSI No. 1 haben wir alle Initiativen gebündelt, die die Betreuung der Kunden im direkten Kontakt oder durch die Anpassung von Abläufen verbessern. Regelmäßig geben wir interne und externe Kundenbefragungen in Auftrag. Eine einheitliche Methodik der Messung und Steuerung ist Basis des Programms. Daraus entwickeln wir nach dem Baukastenprinzip maßgeschneiderte CSI-Aktionspläne, deren Umsetzung überwacht wird.

KUNDENBEZIEHUNGEN MERCEDES-BENZ LKW

In Zeiten von steigenden Belastungen für die Transportunternehmer erwarten unsere Kunden mehr denn je Fahrzeuge von höchster Qualität und Zuverlässigkeit. Genau darauf zielt unser Markenversprechen „Trucks you can trust“ ab. Es liegt in der Verantwortung insbesondere unserer Mitarbeiter und Führungskräfte in der Entwicklung, der Produktion, im Verkauf und im Service, jederzeit eine erstklassige Produkt- und Servicequalität sicherzustellen. Es ist unser oberstes Ziel, unser Markenversprechen einzulösen, also „Trucks you can trust“ für unsere Kunden erlebbar zu machen und auf diese Weise nachhaltig Vertrauen zu schaffen.

Transportunternehmer achten bei der Kaufentscheidung nicht nur auf den Fahrzeugpreis, sondern auch auf die Kosten für den laufenden Unterhalt sowie den Wiederverkaufswert. Maßgeblich ist also letztlich die Summe aller Kosten, die über den gesamten Lebenszyklus eines Fahrzeugs anfallen (Total Cost of Ownership). Der Kunde akzeptiert nur einen Hersteller als Partner, der die Wirtschaftlichkeit der Investition begründen und ein genau auf seine Bedürfnisse ausgelegtes Angebot vorlegen kann.

KUNDENBEZIEHUNGEN DAIMLER TRUCKS NORTH AMERICA

Daimler Trucks North America strebt höchste Kundenzufriedenheit an – sowohl bei den eigenen Produkten als auch bei Serviceleistungen unserer Vertragshändler der Marken Freightliner, Western Star, Thomas Built Buses und Detroit Diesel. Seit 2004 erfragen wir die Kundenzufriedenheit im Rahmen des Programms „Service and Part Experience“ (SPE). Zusätzlich haben wir weitere Prozesse und Programme initiiert, um Effizienz und Qualität unserer Vertragspartner zu steigern. Dazu zählen Beratungen und Schulungen, eine im gesamten Händlernetz verbesserte Ersatzteilversorgung, verkürzte Wartungsund Reparaturzeiten (Mission Critical) sowie eine garantiert sofort durchgeführte Servicediagnose (Express Assessment).

Ergänzend hierzu haben wir im Jahr 2007 in Zusammenarbeit mit unseren Händlern das Programm „Customer First“ gestartet, das inzwischen deutliche Wirkung zeigt. Ziel ist es, die Führerschaft in puncto Kundenservice und Kundenzufriedenheit zu erlangen. Hier sind wir auf einem guten Weg: Das zeigen die 30-prozentige Verbesserung in den SPE-Kundenbefragungen seit deren Einführung 2004 sowie unsere stetig besser werdende Position im nordamerikanischen Wettbewerbsvergleich.

KUNDENBEZIEHUNGEN FUSO

Mitsubishi Fuso hat alle Kundenbeziehungen unter das Motto „All for you“ gestellt. Mit dem Fuso Product Development System (FPD) haben wir eine Steuerungsmethode entwickelt, die Kundenwünsche systematisch, über den gesamten Fahrzeugentwicklungsprozess hinweg – vom Designkonzept bis hin zur Markteinführung – berücksichtigt.

Weltweit unterhält Mitsubishi Fuso ein flächendeckendes Verkaufs- und Servicenetz. In Japan richtet das Unternehmen sein Händlernetz derzeit neu aus, um es dem insgesamt rückläufigen Markt anzupassen und die Kundenorientierung zu erhöhen. Nach dem „Hub and Spoke“-Prinzip werden dabei große Niederlassungen (Hubs), die alle Serviceleistungen inklusive Neuverkäufe anbieten, durch dezentrale Servicestellen ergänzt, die für die Kunden bequem erreichbar sind. Auch wenn sich dadurch die Gesamtzahl der Stützpunkte insgesamt verringert, wird das Kundenaufkommen an einzelnen Orten ebenso berücksichtigt wie die Bedürfnisse von Flotten- und Einzelkunden.

Darüber hinaus überprüft Mitsubishi Fuso in Japan und auf den internationalen Märkten regelmäßig die Kundenzufriedenheit anhand verschiedener Parameter und leitet aus den Ergebnissen Verbesserungsmaßnahmen ab.

KUNDENBEZIEHUNGEN VANS

Unsere tägliche Zielsetzung ist es, der kundenorientierteste, effizienteste und leistungsstärkste Vertriebsbereich aller Transporterhersteller zu sein. Im Mai 2008 haben wir daher die Initiative „Kundenzufriedenheit Nummer 1“ gestartet. Mit ihrer Hilfe wollen wir die Zufriedenheit unserer Kunden kontinuierlich verbessern und ein gemeinsames Verständnis dessen entwickeln, was unsere Kunden wünschen. Die Initiative zielt sowohl auf die interne als auch externe Kundenzufriedenheit.

Den Auftakt bildete eine Serie von Workshops, in denen individuelle und prozessuale Verbesserungsmaßnahmen erarbeitet wurden. Im Jahr 2009 lag unser Fokus auf den externen Kundenbeziehungen. Zu Beginn des Jahres haben wir hierzu europaweit nach einheitlichen Maßstäben die Zufriedenheit unserer Kunden mit den Verkaufsprozessen bei den Händlern gemessen. Die Ergebnisse haben wir zentral analysiert und Verbesserungsmaßnahmen mit den einzelnen Märkten vereinbart.

KUNDENBEZIEHUNGEN DAIMLER BUSES

Mit seinen Produktmarken Mercedes-Benz, Setra und Orion sowie der Dienstleistungsmarke Omniplus verfügt Daimler Buses über eine umfassende Kompetenz in Bezug auf das Produkt und Transportsystem Bus. Das ist Grundvoraussetzung dafür, die je nach Produkt-, Marktsegment und Region höchst unterschiedliche Geschäftslogik unserer Kunden zu verstehen und nachhaltige Kundenbeziehungen aufzubauen. Das Produktangebot und Dienstleistungsangebot unserer Marken ist dabei so vielfältig wie die Wünsche unserer Kunden. Außerdem berät ein Spezialistenteam aus unserem Haus Städte bei der Planung und Einrichtung nicht schienengeführter, flexibler Omnibus-Verkehrssysteme, sogenannter „Bus Rapid Transit“-Konzepte (BRT). In Metropolen Europas und Lateinamerikas haben wir solche Projekte erfolgreich begleitet und geeignete Busse oder Chassis geliefert. Unsere Fahrzeuge erfüllen in allen Anwendungsbereichen die höchsten, jeweils gültigen Umweltstandards. Im Bereich aktiver und passiver Sicherheit setzen wir mit unseren Fahrzeugen Maßstäbe.

In langfristig angelegten Kundenzufriedenheits-, Image- und Markenqualitätsstudien messen wir die Zufriedenheit und Loyalität unserer Kunden. Die internen Zielwerte haben wir 2009 nochmals erhöht. Mit maßgeschneiderten Trainingskonzepten bieten wir unseren Kunden auch für den laufenden Betrieb einen wirksamen Hebel für wirtschaftlichen Erfolg. Dank des neuen Flottenmanagementsystems Omniplus BusFleet können Busunternehmen Fahrzeuge jederzeit lokalisieren, Daten übermitteln und somit ihren Betrieb optimieren. Unser engmaschiges Omniplus-Servicenetz und unser hochmodernes Ersatzteil-Logistikcenter in Neu-Ulm garantieren allen Mercedes-Benz und Setra-Kunden eine hohe Teileverfügbarkeit auch viele Jahre nach dem Auslaufen einer Baureihe.

KUNDENBEZIEHUNGEN DAIMLER FINANCIAL SERVICES

Das Geschäftsfeld Financial Services leistet einen entscheidenden Beitrag zum weltweiten Absatz der Fahrzeugmarken und steigert nachhaltig die Loyalität der Kunden gegenüber dem Daimler-Konzern. Internen Messungen zufolge schließen DFS-Kunden nach Ablauf ihrer Verträge bei ihrem Händler schneller wieder Neuverträge ab, entscheiden sich durchschnittlich doppelt so häufig für einen Neuwagen und nutzen mehr Zusatzoptionen bei der Fahrzeugausstattung.

Die langfristige Kundenbindung ist für DFS ein strategisches Kernthema. Der Fokus der Verkaufsstrategie liegt daher neben der Gewinnung von Neukunden darauf, die Loyalität bereits bestehender Kunden zu erhöhen. So haben wir Kundenbindungsprogramme entwickelt, die beispielsweise vorsehen, dass alle Kunden vor Ablauf ihres Vertrags angesprochen werden und ein Loyalitätsangebot erhalten.

In unserer Unternehmensstrategie "Captive #1" haben wir uns das Ziel gesetzt, die weltweite Nummer eins in der Kunden- und Händlerzufriedenheit unter den automobilen Finanzdienstleistern zu werden. Regelmäßig messen wir die Zufriedenheit durch interne sowie unabhängige externe Umfragen in den lokalen Märkten. Auf unsere Spitzenpositionen in vielen Rankings sind wir besonders stolz.

DFS-Programme und -Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit

Daimler Financial Services: Auswahl wichtiger Programme und Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit

DFS-Geschäftsbereich	Programm/Maßnahmen	Ziel/Wirkung
Alle Landesgesellschaften	Captive #1	Unser Ziel ist es, weltweit die Nummer eins in der Kunden- und Händlerzufriedenheit unter den automobilen Finanzdienstleistern zu werden.
Alle Landesgesellschaften	Abstimmung und Entwicklung von Finanzdienstleistungsprodukten mit Brand-Partnern	Mit unseren Brand-Partnern stimmen wir die Entwicklung von Finanzdienstleistungsprodukten und die über den gesamten Lebenszyklus koordinierte Kundenkommunikation ab. Ziel ist die professionelle und einheitliche Kundenansprache mit maßgeschneiderten Angeboten zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit sowie die Loyalität und Bindung an die Daimler-Marken. Beispiele dafür sind die "All-inklusive-Angebote" Privat-Leasing Plus, Business-Leasing Plus und Transporter-Leasing Plus der Mercedes-Benz Bank in Deutschland. Die Angebote richten sich an Privat- und Geschäftskunden und beinhalten das Fahrzeug selbst, die Finanzdienstleistung und die Versicherung in einer monatlichen Rate.
Daimler Insurance Services	Individuelle Versicherungslösungen für Komfort und Sicherheit	Das Serviceangebot von Mercedes-Benz wird durch maßgeschneiderte Versicherungslösungen erweitert, die auf Wunsch in die Finanzierungsprodukte mit aufgenommen werden können. Außerdem werden Sonderkonditionen für Versicherungslösungen angeboten, wenn zusätzliche Sicherheitsfeatures wie Fahrerassistenzsysteme, etwa in der neuen E-Klasse, gekauft werden.
Daimler Truck Financial (USA)	Finance & Insurance Academy: Trainingsinitiative für das Händlernetzwerk	Für die Lkw-Branche in den USA haben wir erstmals Onlineverkäuferschulungen und Webseminare verwirklicht. In enger Zusammenarbeit mit Truckhändlern wurden Schulungen zu Finanzierungs- und Versicherungsprodukten zielgruppengerecht aufgearbeitet und kostenlos per Internet angeboten. Vertiefende Seminare sind ebenfalls Teil des Programms.
Region Europa und Asien, Afrika/Pazifik	Integrative DFS-Umfrage zu Kunden- und Händlerzufriedenheit und Customer-Retention-Programm	Implementierung und regelmäßige Messung einer in Kernpunkten vereinheitlichten internen Kunden- und Händlerzufriedenheitsbefragung: Durch Benchmarkvergleiche innerhalb der eigenen

DFS-Geschäftsbereich	Programm/Maßnahmen	Ziel/Wirkung
		Organisation und in einzelnen Segmenten wird über das (Mit-)Teilen von Best-Practice-Erfahrungen ein Veränderungsprozess zugunsten unserer Kunden eingeleitet. Daraus entwickelt sich unsere Strategie zum Kundenmanagement, die zusammen mit der Einführung eines Loyalitätsproduktes die Bindung der Kunden an Mercedes-Benz Fahrzeuge und DFS-Finanzdienstleistungen erhöht. Die Kundenbindung wird über die "Customer Retention Rate" gemessen.
Mercedes-Benz Financial Services (USA)	Kundenservice bei Auslaufen der Leasingvertrages/Kundenbindung bei kurzfristigem Fahrzeugwechsel	Den Prozess beim Auslaufen eines Leasingvertrages haben wir in den USA optimiert, sodass Kunden ihre Fahrzeuge schnell und einfach zurückgeben können. Neunzig Tage vor Auslaufen des Vertrages werden die Kunden kontaktiert und anhand eines Leitfadens über den Rückgabeprozess informiert. Die Fahrzeuge können vor Rückgabe zur Durchsicht an den Mercedes-Benz Händler gegeben werden. Auch das trägt zur Erhöhung der Kundenloyalität bei. Direkt bei Fahrzeug-rückgabe wird die Abschlussrechnung vom Händler ausgegeben. Kunden, die ihren Leasingvertrag frühzeitig beenden möchten, um ein anderes Fahrzeug von Mercedes-Benz zu leasen oder zu finanzieren, kann durch die 2009 verwirklichte Prozessoptimierung besonders schnell und einfach geholfen werden. www.mbfs.com
CharterWay Deutschland	Service zur Gestaltung der Kunden-Corporate-Identity für Subunternehmer	Nutzfahrzeugkunden haben die Möglichkeit, ihre Fahrzeuge mit der Corporate Identity ihres Transportauftraggebers zu ordern. CharterWay bietet die entsprechenden Dienstleistungen in Bezug auf die Abstimmung mit dem Werk und den Aufbauherstellern an.
Daimler Truck Financial (USA)	Recherche vor Auktion	Über eine Website können die Truckhändler in den USA schneller auf Informationen zu den Fahrzeugen zugreifen, die wieder in den Besitz von DTF gehen. Dadurch können die Fahrzeuge vor dem Verkauf recherchiert werden.
Region Europa und Asien, Afrika/Pazifik	Konzeption, Erstellung und Einführung von Onlinetrainingsmaßnahmen	Mithilfe standardisierter Trainingsmodule werden den Mercedes-Benz Verkäufern die Grundlagen des Finanzierungs- und Leasinggeschäfts mit DFS vermittelt.
Mercedes Benz Finance (USA)	"Web Accelerator": Verbesserung und Vereinfachung der Onlineservices	Nutzerfreundlicher Web-Self-Service ermöglicht Kunden die bequeme und sichere Nutzung verschiedener Zahlungsmöglichkeiten. Dadurch sinkt der Papierverbrauch. www.mercedesbenzfinancial.com
Mercedes Benz Financial Services Singapur	Online-Finanztaschenrechner	Mithilfe des Onlinerechners lässt sich das Wunschauto des Kunden zu seinem monatlich zur Verfügung stehenden Budget exakt kalkulieren - ganz bequem im Internet von zu Hause oder aus dem Büro. www.mercedes-benz-fs.com.sg
Alle Landesgesellschaften	Customer Journey	Entwicklung und weltweite Umsetzung eines Leitfadens zur einheitlichen Kundenkontaktstrategie mit zielgruppenorientierten Produkten für alle Daimler-Fahrzeugmarken.
Alle Landesgesellschaften	Kundenumfragen	Jährliche Teilnahme an unabhängigen Umfragen zur Kundenzufriedenheit (CS - Customer Satisfaction) und Händler-zufriedenheit (DS - Dealer Satisfaction). Dadurch können Feedback generiert und Verbesserungspotenziale identifiziert werden.

Daimler

360

Fakten zur Nachhaltigkeit 2011

http://nachhaltigkeit.daimler.com

Kapitel „Betrieblicher Umweltschutz“

(inklusive vertiefender Inhalte)

UNSERE ZIELE UND UNSER ANSPRUCH

Wir wollen alle Stufen unserer Fahrzeugproduktion möglichst umweltverträglich gestalten. Dazu haben wir uns in unserer dritten Umweltleitlinie verpflichtet, die integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie ist. Unser Anspruch ist es, Maßstäbe für umweltschonende Produktions- und Verfahrenstechniken zu setzen und den betrieblichen Umweltschutz voranzubringen. Schwerpunkte liegen für uns in der Anwendung und Weiterentwicklung von Techniken zur Energie- und Wassereinsparung und zur Verringerung von Emissionen und Abfall.

Ausführliche Umweltleitlinien

Umweltleitlinien (PDF, 3,1 MB)

Die wichtigsten Handlungsfelder in unserer Verantwortung für die Produktionsprozesse sind der Klimaschutz, die Luftreinhaltung und die Ressourcenschonung.

Unsere Zielrichtung lautet also:

- Reduzierung des direkten und indirekten CO_2-Ausstoßes,
- Verringerung der Lösemittelemissionen,
- Erhöhung der Ressourceneffizienz und die Vermeidung von Abfall.

Standortübergreifende Strukturen. Um die konzernweiten Zielrichtungen im Umweltschutz konsequenter verfolgen zu können, erweitern wir zurzeit unser Managementsystem um standortübergreifende Strukturen. Die Grundlage dafür bildet ein abgestuftes Kennzahlensystem, das, ausgehend von den konzernweiten Zielsetzungen, konkrete Ziele für die einzelnen Geschäftsfelder formuliert. Dadurch wird es möglich, deren Umsetzung auf allen organisatorischen Ebenen des Werkes, des Geschäftsfelds und des Gesamtkonzerns quantitativ zu verfolgen und bereichsspezifische Strategien besser aufeinander abzustimmen.

Zertifizierte Managementsysteme an den Standorten. Auf Werksebene hat Daimler bereits Steuerungsprozesse entwickelt, die in zertifizierten Umweltmanagementsystemen an den Standorten verankert sind. Alle nach der europäischen Umweltauditverordnung EMAS bewerteten Standorte legen jährlich in geprüften Umwelterklärungen Rechenschaft über ihre Umweltpolitik, ihre Ziele und Maßnahmen sowie über ihre Umweltdaten ab.

Zertifizierte Managementsysteme sowie die Umwelterklärungen der Werke

Über die Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 hinaus beteiligen sich alle deutschen Produktionsstandorte der Daimler AG, die Standorte Neu-Ulm und Mannheim der EvoBus GmbH sowie der im französischen Hambach gelegene smart Produktionsstandort freiwillig am europäischen Öko-Audit-System (EMAS).

Die von unabhängigen Gutachtern validierten Umwelterklärungen der Standorte enthalten alle wichtigen standortbezogenen Umweltdaten, Umweltziele, Maßnahmen und Umsetzungsstände.

Die Umwelterklärungen sind alle drei Jahre für die Öffentlichkeit zu erstellen, dazwischen dienen „Aktualisierte Umwelterklärungen" der jährlichen Statistik der Umweltdaten und der Berichterstattung über die Umsetzung des Umweltprogramms sowie über Änderungen im Umweltmanagementsystem. Für die einzelnen Standorte gelten unterschiedliche Termine für die Vorlage von Umwelterklärungen.

Alle Umwelterklärungen unserer Werke finden Sie hier.

Informationen zu Datenerfassung und Datenübersicht

Ausführliche Datenübersicht zum Umweltschutz in der Produktion

Sie haben die Möglichkeit, mit unserem Kennzahlenvergleich (Kennzahlen absolut bzw. Kennzahlen spezifisch) gezielt Daten der letzten sechs Jahre nach Ihren Bedürfnissen zusammenzustellen, als Grafik oder Tabelle auszugeben oder in Form einer Excel-Datei herunterzuladen.

Details zur Umweltdatenerfassung und darstellung

Ressourcenverbrauch und Emissionen hängen zum größten Teil von der Produktionsmenge ab. Daher werden spezifische Werte für die einzelnen Geschäftsfelder berechnet. Dazu wird die Stückzahl der produzierten Fahrzeuge des Geschäftsfelds auf die entsprechenden Daten der Produktionswerke angewendet. Mit der Neuorganisation der Geschäftsfelder im Nutzfahrzeugbereich wurden die spezifischen Werte der Bereiche Trucks, Vans und Buses jeweils gesondert erhoben. Um konsistente Zeitreihen zu erhalten, wurde diese Aufteilung soweit möglich auch in die Vergangenheit zurückgerechnet.

Die so gewonnenen spezifischen Daten können nur Orientierungswerte darstellen, denn sie berücksichtigen nicht die unterschiedliche Entwicklung der Produktionstiefe, die Produktvielfalt und die Besonderheiten des teilweise geschäftsfeldübergreifenden Produktionsverbundes.

Die Umwelt- und Energiedatenerfassung berücksichtigt alle relevanten Produktionsstandorte, die mehrheitlich zur Daimler AG gehören, das Zentrallager in Germersheim und die Vertriebsstandorte in Deutschland. Reine Verwaltungsstandorte und die Standorte der Daimler Financial Services bleiben unberücksichtigt.

Unsere Ziele

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
1. Energieeffizienz			
CO_2-Emissionen in der Produktion. Kontinuierliche Senkung der spezifischen CO_2-Emissionen in der Produktion um 20 Prozent bis 2015 gegenüber 2007.	2015	Erreichte prozentuale Änderung der spezifischen CO_2- Emission gegenüber 2007: Daimler Buses -20 Prozent, Mercedes-Benz Cars -6,5 Prozent, Mercedes-Benz Vans 2,8 Prozent,	Weiterführung der bestehenden Projekte zur Identifikation möglicher Energieeinsparungen // Rasche Umsetzung priorisierter

Ziel	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
		Daimler Trucks 9,7 Prozent (mit Bezugsjahr vergleichbar gerechnet ohne Kraftstoffe, ohne Atlantis Foundry). Die Energieeffizienz bei Mercedes-Benz Vans und Daimler Trucks ist aufgrund der immer noch deutlich niedrigeren Produktionszahlen schlechter als im Basisjahr. Gegenüber 2009 verringerte sich in allen Geschäftsfeldern die spezifische CO_2-Emission deutlich (Daimler Buses -19 Prozent, Mercedes-Benz Cars -9 Prozent, Mercedes-Benz Vans -20 Prozent, Daimler Trucks -24 Prozent).	Maßnahmen // Erhöhte Anforderungen an Energieeffizienz für neue Produktionsanlagen.
2. Biodiversität			
Biodiversität. Entwicklung eines Konzeptes zur Bewertung der Biodiversitätsauswirkung eines Automobilstandortes bis 2013.	2013	Neues Ziel	Pilotprojekt im Werk Sindelfingen in Zusammenarbeit mit dem Global Nature Fund // Entwicklung einer Kennzahl zur ökologischen Bewertung von Flächen
3. Luftreinhaltung, Ressourceneffizienz, Umweltmanagement			
Umweltleistungsindikatoren. Entwicklung eines durchgängigen standortübergreifenden Systems zur Steuerung von Zielsetzung und Zielerreichung über Umwelt-leistungsindikatoren bis 2013.	2013	Indikatoren und Reportingsysteme bereits im Piloteinsatz bei Trucks und Bussen.	Entwicklung entsprechender Managementprozesse auf Geschäftsfeld- und Werksebene bei Trucks und Buses. // Entwicklung neuer Indikatoren und Reportingprozesse im Rahmen des Projekts Green Production bei Mercedes-Benz Cars // Zusammenführung der Geschäftsfeldprozesse auf Konzernebene

Konzernweite Daten zum produktionsbezogenen Umweltschutz

					Veränderung in Prozent	
Energieverbrauch	**Einheit**	**2008**	**2009**	**2010***	**2008/2010**	**2009/2010**
gesamt	GWh	10.972	8.937	10.328	-5,9%	15,6%
davon Strom	GWh	4.694	3.750	4.442	-5,4%	18,5%
davon Erdgas	GWh	4.380	3.487	3.986	-9,0%	14,3%
davon Fernwärme	GWh	1.019	929	1.063	4,3%	14,4%
davon Heizöl	GWh	142	120	81	-43,0%	-32,5%
davon Flüssiggas	GWh	104	122	96	-7,7%	-21,3%
davon Kohle	GWh	197	144	173	-12,2%	20,1%
davon Kraftstoffe	GWh	436	385	487	11,7%	26,5%
CO_2-Emissionen						
gesamt	1.000 t	3.879	3.135	3.699	-4,6%	18,0%
davon direkt (Scope 1)	1.000 t	1.173	937	1.064	-9,3%	13,6%
davon indirekt (Scope 2)	1.000 t	2.706	2.198	2.635	-2,6%	19,9%
Emissionen in die Luft						
Lösemittel (VOC)	t	6.433	4.140	5.386	-16,3%	30,1%
Schwefeldioxid (SO_2)	t	37	34	40	8,1%	17,6%
Kohlenmonoxid (CO)	t	2.657	2.157	2.188	-17,7%	1,4%
Sickoxide (NO_X)	t	938	802	984	4,9%	22,7%

					Veränderung in Prozent	
Energieverbrauch	**Einheit**	**2008**	**2009**	**2010***	**2008/2010**	**2009/2010**
Staub (ges.)	t	246	189	197	-19,9%	4,2%
Abfallmengen						
Abfall zur Beseitigung	1.000 t	69	43	64	-7,2%	48,8%
Abfall zur Verwertung (ohne Schrott)	1.000 t	231	149	286	23,8%	91,9%
Schrott zur Verwertung	1.000 t	751	544	583	-22,4%	7,2%
gefährlicher Abfall zur Beseitigung	1.000 t	19	25	32	68,4%	28,0%
gefährlicher Abfall zur Verwertung	1.000 t	60	44	57	-5,0%	29,5%
Wasserverbrauch						
Trinkwasser (Fremdbezug)	Mio. m³	9,52	7,16	8,47	-11,0%	18,3%
Brunnenwasser (Eigenförderung)	Mio. m³	5,31	4,12	4,81	-9,4%	16,7%
Oberflächenwasser (u. a.)	Mio. m³	0,82	0,58	0,77	-6,1%	32,8%
Fläche						
Werksflächen	km²			40	(Daten erst ab 2010 erhoben)	
Versiegelungsgrad	%			55	(Daten erst ab 2010 erhoben)	
Umweltschutzbezogene Kosten						
Investitionen	Mio. €	74	50	45	-39,2%	-10,0%
laufende Aufwendungen	Mio. €	481	372	378	-21,4%	1,6%
FuE-Aufwendungen	Mio. €	1799	1721	1876	4,3%	9,0%

Das Berichtsjahr 2010 ist wegen der außergewöhnlich niedrigen Produktion 2009 eher mit dem Jahr 2008 vergleichbar. Die Entsorgung von Spülflüssigkeiten im Zuge von Prozessumstellungen in einem Werk verursachte erhöhte Mengen gefährlicher Abfälle zur Beseitigung, die ab Anfang 2011 mit einer neuen Abwasserbehandlungsanlage vermieden werden. Werksflächen werden ab 2010 erstmals konzernweit erfasst. (* Zahlen für 2010 vorläufig)

ENERGIEMANAGEMENT UND KLIMASCHUTZ

Der Klimaschutz hat als Umweltziel in unserem Produktionsprozess oberste Priorität. Konzernweit haben wir uns vorgenommen, die produktionsbedingten CO_2-Emissionen pro Fahrzeug bis 2015 gegenüber den Werten von 2007 um 20 Prozent zu senken. Auf dem Weg dahin setzen wir an unterschiedlichen Stellhebeln an, um Strom- und Wärmeenergie möglichst umweltgerecht bereitzustellen und Energie effizient zu nutzen. Neben technischen Maßnahmen zur Reduktion unseres Energieverbrauchs können auch Energiemanagementsysteme einen Beitrag zur Reduktion der produktionsbedingten CO_2-Emissionen leisten. Vor diesem Hintergrund und um entsprechende Erfahrungen zum Nutzen von Energiemanagementsystemen zu gewinnen, haben wir bei unserer Produktionsstätte für Formel-1-Motoren in Brixworth im Jahr 2010 die Voraussetzungen zur Einführung eines zertifizierten Energiemanagementsystems nach DIN/EN16001 geschaffen. Die entsprechende Zertifizierung erfolgte im ersten Quartal 2011.

Berechnung der CO_2–Emissionen

Die Werte für die CO_2-Emissionen werden in Anlehnung an den Corporate Accounting and Reporting Standard 2004 der Greenhouse Gas Protocol Initiative (GHG Protocol Initiative) berechnet und dargestellt. Einbezogen sind alle relevanten Mehrheitsbeteiligungen zu jeweils 100 Prozent („Control Approach“). Erfasst werden alle direkten CO_2-Emissionen aus stationären Quellen (Scope 1) sowie die indirekten Emissionen aus der Erzeugung des eingekauften Stroms (Scope 2) und Fernwärme. Die direkten Emissionen aus der Verbrennung von Kraftstoffen, Heizöl, Gas und Flüssiggas werden mit festen Faktoren (WBCSD bzw. DEHSt) berechnet.

Erstmals mit dem Berichtsjahr 2010 findet die Verbrennung von Kraftstoffen bei der Berechnung der konzernweiten CO_2-Emissionen (Scope 1) Berücksichtigung. Dies umfasst den Verbrauch für Produktionszwecke (z. B. Gabelstapler) und den Verbrauch für Testfahrzeuge und Prüfstände in der Entwicklung. Persönlich zugeordnete Dienstwagen werden nicht berücksichtigt. Die Berechnung wird entsprechend der Datenverfügbarkeit auch für die Vorjahre wirksam.

Die indirekten Emissionen von Fernwärme und Strom aus externer Produktion errechnen sich zeitlich und regional differenziert mit den Faktoren der GHG Protocol Initiative (Stand Dezember 2007), soweit keine genaueren Daten vorliegen.

Abweichend davon werden für Deutschland, bezogen auf Fernwärme und Stromerzeugung, die aktuellen Faktoren des Umweltbundesamtes verwendet.

Entwicklung des deutschen Strommix 1990-2008 (PDF, 117 KB)

In den USA werden für die Stromerzeugung die von der EPA veröffentlichten Faktoren auf jeden einzelnen Bundesstaat angewendet. Um die Konsistenz der Zeitreihe zu gewährleisten, werden die Berechnungen der indirekten CO_2-Emissionen bei Vorliegen aktualisierter Faktoren für alle Werke und Jahre neu durchgeführt. Daraus können sich Differenzen gegenüber früher veröffentlichten Daten ergeben.

Andere Treibhausgase als CO_2 werden zurzeit nicht konzernweit bilanziert. Die Bilanzierung der klimawirksamen Kältemittel in deutschen Werken zeigt jedoch nur einen zu vernachlässigenden Anteil im Promillebereich.

Weitere indirekte CO_2-Emissionen (Scope 3) in der Produktnutzungsphase geben wir als spezifische Emissionen für die Fahrzeuge an.

Im Jahr 2010 verbrauchte Daimler weltweit insgesamt 10,3 Mio (2009: 8,9) Megawattstunden Energie, das sind 15 Prozent mehr als im Vorjahr. Durch den deutlichen Produktionsanstieg im Vergleich zum Vorjahr haben sich der Energieverbrauch und der Ausstoß damit einhergehender CO_2-Emissionen in allen Geschäftsfeldern erhöht.

Der Energieverbrauch pro Fahrzeug ist jedoch in allen Geschäftsfeldern deutlich gesunken.

CO_2-Emissionen und weitere Kennzahlen

In unserem Kennzahlenvergleich (Kennzahlen absolut bzw. Kennzahlen spezifisch) finden Sie weitere Angaben zu unseren CO2-Emissionen. Außerdem können Sie dort gezielt Daten der letzten Jahre nach Ihren Bedürfnissen zusammenstellen, als Grafik oder Tabelle ausgeben lassen oder in Form einer Excel-Datei herunterladen.

Ressourcenschonende Wärmesysteme. Bereits seit Langem setzen wir bei der Wärmeversorgung unserer Werke auf den kohlenstoffarmen Energieträger Erdgas. Wo machbar, nutzen wir Fernwärme und bemühen uns ansonsten um eine möglichst ressourcen- und klimaschonende Wärmeerzeugung. An vielen Standorten sind hocheffiziente Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen im Einsatz, die entweder Daimler oder ein regionaler Versorger betreibt. Für ein Werk wird CO_2-neutral Wärme aus Holzhackschnitzeln erzeugt. Den Einsatz fossiler Brennstoffe mit hoher CO_2-Intensität minimieren wir kontinuierlich. So nutzen wir Koks ausschließlich zum Schmelzen von Gusseisen – dort ist er technologisch alternativlos.

Regenerative Energien. Bei Neubauten, Erweiterungen oder Modernisierungen verwirklichen wir innovative CO_2-arme Energiekonzepte und setzen auf regenerative Stromversorgung. So konnte 2010 am Standort Rastatt eine Geothermieanlage zur Wärmeversorgung einer neuen Rohbauhalle in Betrieb genommen werden. Dadurch werden 5.000 Megawattstunden Energie eingespart und rund 800 Tonnen Kohlendioxidemissionen vermieden. In den letzten Jahren haben wir an verschiedenen Standorten Fotovoltaikanlagen auf Werksdächern in Betrieb genommen, zuletzt drei Anlagen in unseren Werken in High Point und Cleveland (USA) sowie Mississauga (Kanada) mit zusammen 792 Kilowatt Spitzenleistung. Die Fotovoltaikfläche all dieser Anlagen beträgt nunmehr 44.760 Quadratmeter.

Optimierung bestehender Anlagen. Auch bestehende Produktionsprozesse optimieren wir im Hinblick auf Energie- und Ressourcenschonung immer weiter. Beispielsweise haben wir im Werk Untertürkheim durch umfangreiche Untersuchungen ermittelt, dass die maximale Verarbeitungstemperatur der dort verwendeten Kühlschmierstoffe ohne Nachteile für die Fertigungsprozesse von 22 auf maximal 28 Grad Celsius erhöht werden kann. Außer an heißen Sommertagen reicht dafür die sogenannte „freie Kühlung“ durch die Außentemperatur aus. Da die Kältemaschinen so die meiste Zeit abgeschaltet bleiben, können im gesamten Werk fast 21.000 Megawattstunden Strom pro Jahr eingespart werden.

Immer wieder erschließt unsere Verfahrensentwicklung Einsparpotenziale durch intelligente Stand-by-Schaltungen. Dadurch laufen sonst durchgängig betriebene Motoren für Pumpen, Förderer oder Kühlungen nur dann, wenn sie gebraucht werden. Sensorgesteuerte Signale setzen diese Anlagen bei Bedarf in Betrieb. Die dafür notwendige Software in der Steuerung wird sukzessive nachgerüstet bzw. bei Neubestellungen berücksichtigt. Schon bei der Anschaffung von Produktionsmaschinen fordern wir seit 2009 eine Energiecheckliste von den Herstellern ein. Auf dieser Basis können wir die Energiekosten über die Maschinenlaufzeit genauer kalkulieren und diese bei der Auftragsvergabe berücksichtigen.

Neue Technik in der Lackierung. Erhebliche Energieeinsparungen ermöglicht eine innovative Abluftreinigungstechnik, die in unserem neuen Werk in Kecskemét (Ungarn) erstmals zum Einsatz kommt. Dessen Lackieranlage arbeitet mit einem neuartigen Trockenabscheidungssystem. Beim Betrieb der herkömmlichen Lackiertechnik mit Nassabscheidungssystem verbraucht die Aufbereitung der Frischluft für eine Lackierkabine bislang den größten Anteil an Energie. Durch die Trockenabscheidung bleibt nun ein hoher Anteil der Kabinenluft wiederverwendbar. Dadurch können wir pro Fahrzeug etwa 150 Kilowattstunden Energie einsparen und den CO_2-Ausstoß deutlich reduzieren. Zudem benötigt die Anlage kein Frischwasser mehr, sie ist deutlich leiser als die konventionelle Technik und auch die Staubemissionen sinken.

Green IT. Kaum noch ein Arbeitsprozess kommt heute ohne IT-Unterstützung aus – entsprechend trägt der Betrieb von Computern und Servern zum Gesamtenergieverbrauch unseres Unternehmens bei. Wir setzen deswegen auf intelligente Maßnahmen für mehr Effizienz und Ressourcenschonung im IT-Bereich. Mit unserem „GreenIT@Daimler“-Projekt bündeln wir bereits laufende Aktivitäten, initiieren neue Maßnahmen und sorgen für eine Verzahnung mit anderen Projekten zur Ressourcenoptimierung. Die Erkenntnisse und

Vorgehensweisen stellen wir unternehmensweit zur Verfügung, um so Synergien im Sinne des Umweltschutzes zu schaffen. Nach unseren Berechnungen haben Green-IT-Maßnahmen den Stromverbrauch konzernweit jährlich um mehr als 55.000 Megawattstunden gesenkt – das entspricht dem Verbrauch von etwa 12.000 Vier-Personen-Haushalten. Dadurch werden insgesamt 33.000 Tonnen CO_2-Emissionen und Kosten in Höhe von mehr als 5,5 Mio. Euro eingespart. Damit haben wir das Ziel von 40.000 Megawattstunden, das wir uns zu Projektbeginn vorgenommen hatten, weit übertroffen.

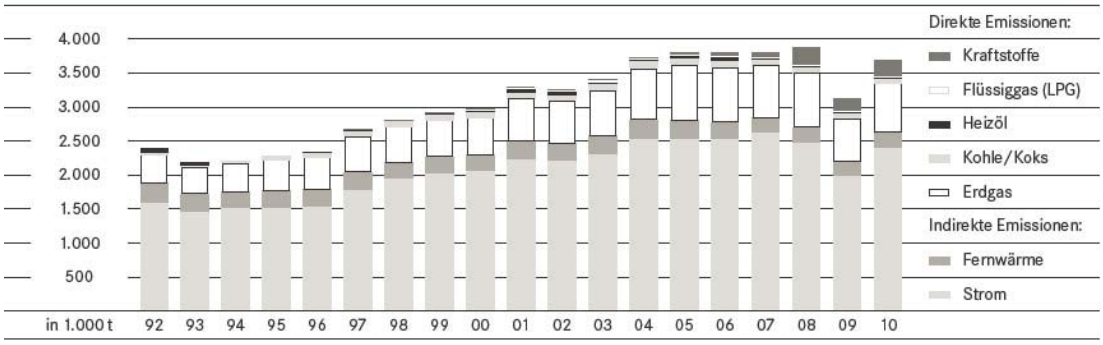
Auf dem Weg dahin verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz. So machen wir die Rechenzentren an unseren Standorten mithilfe einer besseren Kühlung erheblich effizienter. An den Arbeitsplätzen haben wir Drucker, Kopierer, Scanner und Faxgeräte durch stromsparende Hardware und Multifunktionsgeräte ersetzt. Der Energieverbrauch sank dadurch bislang um 70 Prozent.

Seit Ende 2010 sind in den Büros der Daimler AG die Default-Einstellungen der Drucker auf das ressourcensparende Duplexprinting geändert und wir stellen Recyclingpapier sowohl für interne als auch für externe Ausdrucke zur Verfügung. Das automatische Herunterfahren von mehreren 10.000 Bürocomputern und Notebooks während der Nacht spart zusätzlich 25 Millionen Kilowattstunden Strom. GreenIT bedeutet aber auch, dass nach einem ersten Einsatz im Büroumfeld nun auch schrittweise die Maschinensteuerungen (Industrie-PC) in der Produktion probeweise am Wochenende sowie nachts abgeschaltet bzw. auf ein Minimum heruntergefahren werden.

Das Maßnahmenspektrum von GreenIT@Daimler geht aber noch darüber hinaus. Neben Servervirtualisierung, Storagekonsolidierung und Optimierungen im Netzwerk verbessern wir die Einsatzmöglichkeiten von Videokonferenzen und Online-Meetings.

Durch eine gezielte Mitarbeiterkommunikation konnten wir bei der Belegschaft ein Bewusstsein des „grünen Handels“ schaffen.

22 Direkte und indirekte CO_2-Emissionen aus der Produktion



Die absoluten CO_2-Emissionen sind 2010 nach dem krisenbedingten Rückgang im Vorjahr wieder angestiegen. Durch Steigerung der Energieeffizienz konnte das Niveau von 2008 trotz gegenläufiger Effekte im Jahr 2010 (höherer Heizenergiebedarf, erweiterte Bilanzgrenzen für die Erfassung von Kraftstoffen, erhöhte Anzahl von Standorten) deutlich unterschritten werden.

LUFTREINHALTUNG

Bei der Produktion von Fahrzeugen entstehen in unseren Werken Luftschadstoffe, vor allem bei der Lackierung frei werdende Lösemittel (leichtflüchtige organische Kohlenstoffverbindungen, VOC). Außerdem gelangen, vornehmlich bei Verbrennungsprozessen in Feuerungsanlagen und auf Motorprüfständen, Schwefeldioxid (SO_2), Kohlenmonoxid (CO), Stickoxide (NO_x) und Staub in die Atmosphäre. Wir halten an dem Ziel fest, das bisher erreichte niedrige Emissionsniveau zu halten und, wo immer möglich, weiter zu senken.

Kennzahlen

In unserem Kennzahlenvergleich (Kennzahlen absolut bzw. Kennzahlen spezifisch) finden Sie weitere Angaben zu Luftschadstoffen Außerdem können Sie dort gezielt Daten der letzten Jahre nach Ihren Bedürfnissen zusammenstellen, als Grafik oder Tabelle ausgeben lassen oder in Form einer Excel-Datei herunterladen.

In der Pkw-Lackiertechnik ist bereits ein sehr hoher Standard erreicht, der nur noch geringe weitere Absenkungen der Emissionen ermöglicht. Durch die Einführung von Wasserbasislacken in den 1990er-Jahren konnten wir die Lösemittelemissionen in den Pkw-Werken um rund 70 Prozent senken. Wie das Beispiel UV-Lackierung für Lkw-Achsen im Werk Gaggenau oder die neue Lackieranlage bei EvoBus in Ulm zeigt, arbeiten wir intensiv daran, die Lösemittelemissionen auch im Nutzfahrzeugbereich deutlich zu reduzieren.

Im Werk Gaggenau ging bei der Achslackierung bereits 2009 eine besonders innovative Technologie in Betrieb, die sowohl die Lösemittelemissionen als auch den Energiebedarf und die CO_2-Emissionen deutlich reduzierte. In der neuartigen Lackieranlage wird spezielles Lackmaterial verarbeitet, das durch den Einsatz von ultraviolettem Licht in nur 90 Sekunden statt in 30 Minuten bei 80 Grad Celsius aushärtet. Im vergangenen Jahr konnten wir diese lösemittelfreie Technik im Produktionseinsatz weiter optimieren. Die gewonnenen Erfahrungen werden wir für die Entwicklung zukünftiger Lackieranwendungen nutzen.

UV-Lackierung in Gaggenau

Schnell und umweltfreundlich:
UV-Licht zur Lackaushärtung erstmals in Serie

Eine der Hauptursachen für Luftverunreinigungen in der Automobilproduktion sind die Lösemittelemissionen (VOC, Volatile Organic Compound), die bei Lackiervorgängen entstehen. Anlässlich gesetzlicher Auflagen zur Reduktion dieser Schadstoffe hatte sich das Mercedes-Benz Werk Gaggenau zum Ziel gesetzt, die Grenzwerte nicht nur zu unterbieten, sondern mit einer neuartigen Technologie auch weitere Umweltaspekte des Lackierprozesses zu verbessern. Als Ergebnis des 2005 gestarteten Projektes läuft in Gaggenau seit 2009 eine komplett VOC-freie UV-Lackieranlage, die seit Januar 2011 die Lackierumfänge der Altanlage vollständig übernommen hat.

Das Projekt setzte bei der Lackierung von Außenplanetenachsen für Lkw an, da hier bislang 80 Prozent der gesamten Lösemittelemissionen des Werkes Gaggenau entstanden – so waren es im Jahr 2008 noch etwa 78 Tonnen. Ein interdisziplinär zusammengesetztes Expertenteam prüfte zwei Varianten zur Reduktion der Schadstoffe: die als Hydrolacke bekannten wässrigen Beschichtungsstoffe sowie die sogenannten UV-härtenden Lacke. Den entscheidenden Durchbruch erreichte man durch die Umstellung auf die UV-härtenden Lacke, die außerdem die Eigenschaften von Grundierung und Decklack in nur einer Schicht vereinen. Während konventionelle Lacke bei Temperaturen von 80 Grad Celsius etwa 30 Minuten zum Trocknen benötigen, kann ein UV-Lack fotochemisch, nur unter Einwirkung von UV-Strahlung, innerhalb von weniger als 90 Sekunden aushärten. Dadurch reduzieren sich auch der Energiebedarf und die damit verbundenen CO_2-Emissionen drastisch.

Bei der Anpassung der Lackierprozesse stand das Projektteam vor großen Herausforderungen: Es galt eine

Lackieranlage für sehr große wie auch geometrisch sehr komplexe Bauteile zu entwickeln. Zudem musste die Qualität der Lackschicht höchsten Ansprüchen in Bezug auf Korrosionsschutz, die Vermeidung von Steinschlagschäden sowie Witterungsbeständigkeit genügen. Zusammen mit dem Lacklieferanten und dem Anlagenhersteller hat das Projektteam diese Anforderungen in einem weltweit einmaligen Lackierprozess verwirklicht. Nach der gelungenen Umsetzung im Werk Gaggenau haben sich bereits weitere Anwendungsmöglichkeiten im Konzern eröffnet.

Die Vorteile der UV-Lacktechnologie gegenüber dem aktuellen Serienstand sowie der alternativen Wasserlacktechnologie wurden im Rahmen einer ganzheitlichen Ökobilanzierung betrachtet und sind:

- Übererfüllung der VOC-Richtlinie und Zero-Emissionen,
- etwa 24 Prozent Energieeinsparung gegenüber Alternativverfahren,
- pro Jahr etwa 900 Kubikmeter weniger belastetes Abwasser,
- keine direkte Erzeugung und Emission von CO_2 wie beim herkömmlichen Lackierprozess (durch thermische Lacktrocknung und Abluftbehandlung),
- Prozesszeitverkürzung durch Aushärten der Beschichtung in 90 Sekunden,
- Reduzierung von Anlagenfläche und -volumen,
- optimierte Lackierqualität,
- Senkung der Stückkosten im Vergleich zur Alternative Wasserlack.

ABFALLMANAGEMENT

Unser Leitsatz in der Abfallwirtschaft lautet: Vermeiden und verwerten ist besser als entsorgen. Das Wiederaufbereiten und Wiederverwenden von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen ist deshalb in unseren Werken seit Jahren selbstverständlich. Damit Abfälle möglichst gar nicht erst entstehen, setzen wir auf innovative technische Verfahren und eine umweltgerechte Produktionsplanung. Da wir für unsere Abfälle auch nach dem Werkszaun verantwortlich bleiben, werden die Entsorger unserer deutschen Produktionswerke nach einem festgelegten Verfahren regelmäßig überprüft. Abfallexporte in andere Länder finden nicht statt. Für ein erfolgreiches Abfallmanagement sind klare und effiziente Prozesse entscheidend. Im Bus-Werk Istanbul haben wir beispielsweise eine neue dezentrale Abfalllogistik eingeführt, die weniger Transporte innerhalb des Werks erfordert und zudem Flächen in der zentralen Abfallsammelstelle spart.

Ein Beispiel für erfolgreiche Abfallvermeidung ist die Einführung von zirkulierenden, wiederverwendbaren Transportverpackungen – anstelle von Einweg-Holzverpackungen – zwischen den Werken East London in Südafrika und Wörth in Deutschland. Da sich die mehrfach nutzbaren Holzkisten platzsparend zerlegen lassen, passen 120 Stück in einen einzigen zurückgehenden Container. Dadurch sparen wir bis zu 150 Tonnen Altholz pro Monat ein. Das Projekt eignet sich als Modell für die abfallvermeidende Verpackung diverser vorfabrizierter Teile und Aggregate und ist auf den Transport zu den Montagewerken (CKD-Werke) in aller Welt übertragbar.

WASSERMANAGEMENT

Das Ziel von Daimler ist es, die Verunreinigungen von Gewässern zu vermeiden und den Verbrauch der natürlichen Ressource Wasser so gering wie möglich zu halten. Dies gilt insbesondere in Ländern mit trockenem Klima. Dass sich bei knappen Wasserressourcen selbst kleine Verbesserungen im Sanitärbereich lohnen können, zeigt unser Bus-Werk im mexikanischen Monterrey. Dort haben wir hochmoderne elektronische Wasserhähne sowie wasserlose Urinale installiert, die zusammen eine jährliche Wassereinsparung von mehr als 2.200 Kubikmetern ermöglichen.

Generell leitet die Mehrzahl der Werke ihre Abwässer nicht direkt in Gewässer ein, sondern nach entsprechender Vorbehandlung über die öffentliche Kanalisation in kommunale Kläranlagen. Detaillierte Angaben zu den verschiedenen Abwasserparametern finden sich in den Umwelterklärungen der nach EMAS zertifizierten Werke.

Kennzahlen

In unserem Kennzahlenvergleich (Kennzahlen absolut bzw. Kennzahlen spezifisch) finden Sie weitere Angaben zu Wasserverbrauch und Abwässern. Außerdem können Sie dort gezielt Daten der letzten Jahre nach Ihren Bedürfnissen zusammenstellen, als Grafik oder Tabelle ausgeben lassen oder in Form einer Excel-Datei herunterladen.

Alle Umwelterklärungen unserer Werke finden Sie hier.

LOGISTIK UND VERKEHR

Der Zu- und der Auslieferverkehr unserer Produktionsstätten wirken sich auf die Umwelt aus. Die damit verbundenen Transportemissionen wollen wir durch effiziente Logistik sowie die Nutzung von Bahn und Schiffsverbindungen minimieren. Im Jahr 2010 transportierten Lkw für die Produktion in unseren deutschen Pkw- und Nutzfahrzeug-Werken sowie im spanischen Vitoria rund 3,7 Mio. Tonnen Güter über eine Gesamtstrecke von 135 Mio. Kilometern (ohne Frei-Haus-Lieferungen). Die damit verbundenen CO_2-Emissionen beliefen sich auf rund 100.650 (2009: 83.070) Tonnen (laut Handbuch für Emissionsfaktoren des Straßenverkehrs, HBEFA 3.1). Das entspricht rund 4 Prozent aller produktionsbedingten CO_2-Emissionen der belieferten Werke. Weitere indirekte Umweltbelastungen resultieren aus Dienstreisen (Zug: 740 Tonnen, Flugzeug: 15. 000 Tonnen CO_2, jeweils von deutschen Standorten ausgehend) und aus dem täglichen Mitarbeiterverkehr. Dienstreisen ersetzen wir daher, wo immer möglich und sinnvoll, durch Telefon-, Video- oder Onlinekonferenzen. Mitarbeiter an den Standorten Sindelfingen und Stuttgart erhalten verbilligte Jahrestickets für den öffentlichen Nahverkehr.

LÄRMSCHUTZ

Daimler hält fest an seinem Ziel, die Lärmbelastung der Mitarbeiter und Anwohner seiner Standorte so gering wie möglich zu halten. Bei der Planung neuer Anlagen sorgen wir mit Konzepten zur Lärmminderung dafür, Geräuschemissionen möglichst von vornherein zu vermeiden. Lärmquellen und -pegel auf Werksgeländen werden kontinuierlich geprüft und reduziert, beispielsweise durch den Einbau von Schalldämpfern oder Lärmschutzwänden.

NATURSCHUTZ, FLÄCHENNUTZUNG UND ARTENVIELFALT

Wir betrachten den Schutz von Boden und Grundwasser als eine unserer verantwortungsvollsten Aufgaben im Umweltschutz. Oberstes Ziel ist es, Verunreinigungen im Vorfeld zu vermeiden.

Boden- und Grundwasserschutz. Technische Einrichtungen wie Auffangwannen, doppelwandige Behälter, speziell abgedichtete Bodenbeläge und Leckwarngeräte verhindern, dass wassergefährdende Flüssigkeiten in den Boden eindringen. Da die gesetzlichen Vorgaben weltweit sehr unterschiedlich sind, hat Daimler einen internen Leitfaden erstellt, der Mindeststandards zum Umgang mit Boden- und Grundwasserverunreinigungen für alle Standorte festschreibt.

Flächennutzung. Die Gesamtfläche unserer Produktionswerke beträgt rund 4000 Hektar, davon sind 55 Prozent durch Gebäude oder Verkehrsflächen versiegelt. Da Boden ein begrenztes öffentliches Gut ist, nutzen wir Flächen möglichst intensiv, etwa durch mehrstöckige, dichte Bebauung. Dabei finden auch in dieser Industriearchitektur bedrohte Tierarten einen Lebensraum, wie zum Beispiel die Wanderfalken auf einem Kamin im Werk Wörth. Freiflächen auf den Werksgeländen legen wir in Zusammenarbeit mit Naturschutzorganisationen und Behörden immer häufiger als artenreiche Wiesen anstelle von Parkrasen an.

Naturschutz und Schutzgebiete

Im Rahmen der internen Daimler-Bewertung von Umweltrisiken werden Produktionsstätten, die in geschützten oder umweltgefährdeten Gebieten liegen, erfasst. Zurzeit grenzt nur die Produktionsstätte in Rastatt, Deutschland, an ein Naturschutzgebiet (gemäß der EU-Richtlinie 92/43/EEC vom 21. Mai 1992 zum Schutz von Fauna, Flora und Habitaten). Angemessene Schutzmaßnahmen wurden schon in der Planung der Produktionsstätte berücksichtigt. Zusätzlich wurden am Standort spezielle Gebiete, die der Erholung von Populationen seltener und gefährdeter Arten dienen, eingeplant. Zehn Jahre nach dem Produktionsbeginn lieferte die Überprüfung der ergriffenen Maßnahmen durch unabhängige, externe Prüfer positive Ergebnisse.

Besondere Schutzmaßnahmen wurden ebenfalls bei der Prüfstrecke in Papenburg durchgeführt.

Details zu den Ausgleichsmaßnahmen bei der Prüfanlage Papenburg

Naturschutzausgleichsmaßnahmen zur Wiederherstellung einer naturnahen Hochmoorlandschaft

Südöstlich von Papenburg im Emsland hat Daimler zwischen 1995 und 1997 ein hochmodernes Prüfgelände für Pkw und Lkw gebaut. Für die Teststrecke auf einem Areal von rund 950 Hektar mussten etwa 108 Hektar Boden versiegelt werden. Daimler war deswegen naturschutzrechtlich zu Ausgleichsmaßnahmen auf einer Fläche von 1.018 Hektar in der näheren Umgebung der Anlage verpflichtet. Der vormalige Hochmoorcharakter dieser Landschaft war in den Jahrzehnten zuvor durch industrielle Abtorfung und anschließende forstliche und landwirtschaftliche Nutzung weitgehend verloren gegangen. Die ursprüngliche Flora und Fauna war nahezu vollständig verdrängt worden, hochmoortypische Vegetation war nur in kleinen Restflächen erhalten.

Ziel des Kompensationskonzeptes war es daher, Landschafts-, Biotop- und Habitatstrukturen zu entwickeln, die einen Ausgleich für die Verluste schaffen und noch bestehende Hochmoorrestbestände dauerhaft sichern. Die im Jahr 1997 gestarteten Maßnahmen umfassten die Anlage und Entwicklung von 509 Hektar Hochmoorregenerationsflächen, 278 Hektar Hochmoorheideflächen, 125 Hektar Wiesenvogelbrutflächen und 106 Hektar Wald.

Die ökologische Beweissicherung bescheinigt uns eine vollständige und hervorragende Umsetzung der Ausgleichsmaßnahmen, die einen wesentlichen Beitrag zum Artenschutz in der Region leisten. Die erhobenen Daten weisen in den Gebieten heute viele hochwertige Lebensräume aus. Dagegen sind die als ökologisch geringwertig eingestuften Flächen im Zeitraum von 1993 bis 2009 um nahezu 700 Hektar (81 Prozent) zurückgegangen. Alle anderen Wertstufen, besonders die Flächen mittlerer, aber auch die mit sehr hoher Wertigkeit, haben zugenommen.

So bestand die 178 Hektar große Fläche des Wilden Moores vor Umsetzung der Maßnahmen aus vegetationsfreien, trockenen Torfflächen. Bereits 2 Jahre nach der sogenannten Vernässung war die Wiederbesiedlung durch typische Vegetation, wie Torfmoose oder Wollgrasarten, erkennbar. Zahlreiche Tierarten, insbesondere Wat- und Wasservögel, finden hier wieder einen Lebensraum. Insgesamt 12 Libellenarten, darunter diverse Arten der Roten Liste für Niedersachsen, haben hier starke Populationen ausgebildet.

Insgesamt ist auf den Ausgleichsflächen die Zahl der nachgewiesenen Vogelarten stark angestiegen. Unter anderem brütet der vom Aussterben bedrohte Raubwürger im südlichen Prüfgelände. Auch der stark gefährdete und streng geschützte Moorfrosch hat sich auf den Kompensationsflächen überraschend stark verbreitet. Libellen, die auf Wasser angewiesen sind, finden hier ideale Lebensräume vor; ihre Vielfalt hat sich von 23 Arten (1992) auf 34 Arten (2004) erhöht. Und auch bestandsbedrohte Reptilien wie Schlingnattern und Kreuzottern werden mittlerweile wieder angetroffen. Für die weitere Kontrolle und Erhaltung der Gebiete bleiben wir auch in Zukunft aktiv.

ROHSTOFF- UND MATERIALEINSATZ

Als Automobilhersteller sind wir Teil einer materialintensiven Industriebranche. Der sparsame Einsatz der nötigen Rohstoffe in der Produktion ist deshalb unbedingt geboten, um mit begrenzten Ressourcen verantwortungsvoll zu wirtschaften. Eisen- und Nichteisenmetalle als ganz wesentliche Rohstoffe für die Herstellung von Aggregaten und Karosserie beziehen wir von Zulieferern. Daher gehen deren Umweltauswirkungen nicht in unsere eigene Umweltbilanz ein. Sie werden aber über die ganzheitliche Bilanzierung bei unserer Produktentwicklung und der Materialauswahl berücksichtigt.

Einige Metalle, die zur Herstellung von Katalysatoren, wie auch zukünftig mehr und mehr für Batterien und elektromotorische Antriebe gebraucht werden, sind weltweit extrem knappe Güter. Unser strategisches Ziel ist es, die Verwendung solcher Materialien durch effiziente Technologien auf das unerlässliche Minimum zu reduzieren und das stoffliche Recycling am Ende der Produktlebenszeit bereits in die Entwicklung mit einzubeziehen.

VERTRIEB

Die Umweltleitlinien des Konzerns gelten auch im weltweiten Vertrieb unserer Produkte als strategischer Rahmen für den Umweltschutz. Dort spielen sie für die Konzeption wie für den Betrieb von Service-Niederlassungen und Autohäusern eine maßgebliche Rolle. In Deutschland betreibt die Mercedes-Benz Vertriebsorganisation Deutschland (MBVD) auf dieser Basis ein aktives Umweltmanagement, das Händler und konzerneigene Niederlassungen einschließt. Die Matrixzertifizierung des Umweltmanagements nach der europäischen Umweltauditverordnung EMAS bezieht sich auf 45 Niederlassungsbetriebe und ist damit die umfangreichste im deutschen Automobilvertrieb.

Gütesiegel „Nachhaltiges Bauen". Das Mercedes-Benz Nutzfahrzeug-Zentrum in Berlin hat als erstes Autohaus überhaupt in Deutschland das deutsche Gütesiegel „Nachhaltiges Bauen" erhalten. Die Energieversorgung des Gebäudes erfolgt CO_2-neutral über ein Biomassekraftwerk, ein Niedertemperaturheizsystem senkt den Verbrauch und es gibt eine biologische Wasseraufbereitung mit 90 Prozent Wasserrückgewinnung.

EXTERNES STATEMENT

Martin Schmied
Stellvertretender Bereichsleiter Infrastruktur & Unternehmen des Öko-Instituts e.V.

„Alternativlos“ – so deutsche Sprachforscher – ist das Unwort des Jahres 2010. „Das Wort suggeriert sachlich unangemessen, dass es bei einem Entscheidungsprozess von vornherein keine Alternativen und damit auch keine Notwendigkeit der Diskussion und Argumentation gebe“, so die unabhängige Jury. Das Wort ersticke jeglichen politischen Diskussionsprozess. Interessanterweise ist dies gerade beim Thema Klimaschutz anders: Von Rio über Kyoto bis Cancun wird auf Klimaschutzkonferenzen immer wieder über das Thema politisch gestritten, obwohl hier der Begriff „alternativlos“ tatsächlich angebracht wäre. Für den Klimaschutz gibt es keine Alternative. Um den langfristigen Erfordernissen des Klimaschutzes gerecht zu werden, müssen in den kommenden Jahrzehnten die Treibhausgasemissionen drastisch gemindert werden. Um den weltweiten Temperaturanstieg auf maximal zwei Grad Celsius zu begrenzen, müssen die Industrieländer gegenüber 1990 ihre Treibhausgasemissionen bis 2020 um 40 Prozent und bis 2050 um 80 bis 95 Prozent senken.

Alternativlos ist daher, dass auch die Automobilhersteller ihren Beitrag zum Klimaschutz leisten. Die Daimler AG hat sich bereits in der Vergangenheit dieser Herausforderung gestellt und für 2012 ein ambitioniertes Ziel für ihre Pkw-Neuwagenflotte gesetzt, das mit den neuen und kommenden sparsamen Fahrzeugmodellen auch erreicht werden müßte. Aber was ist die Perspektive für nach 2012? Will man sein Engagement für Klimaschutz nachhaltig unter Beweis stellen, müssen klare und anspruchsvolle Ziele mit dem Zeithorizont 2020 formuliert werden. Einen ersten wichtigen Schritt auf diesem Weg hat die Daimler AG jetzt unternommen: Pkw aus ihrer Produktion sollen bis zum Jahr 2016 maximal 125 Gramm CO_2 pro Kilometer emittieren. Will Daimler jedoch langfristig technologisch innovative und Kraftstoff sparende Fahrzeuge entwickeln, braucht es mittelfristig weitere anspruchsvolle CO_2-Ziele für 2020. Damit würde man auch die unternehmerische Planungssicherheit erreichen, die bei der Diskussion um die Gesetzgebung zu den CO_2-Grenzwerten für Pkw auf EU-Ebene immer wieder eingefordert wurde. Alternativlos für einen ambitionierten Klimaschutz sind in diesem Zusammenhang auch CO_2-Ziele für die leichten Nutzfahrzeuge. Erfreulich ist daher, dass die Daimler AG, die wie kaum ein anderer Hersteller diesen Markt prägt, aktuell einen Zielwert für 2014 festgelegt hat. Es darf aber keine Zeit verloren werden, Daimler muss darüber hinaus auch für dieses Fahrzeugsegment konkrete, langfristige Ziele formulieren.

"Konkretisieren Sie, seien Sie Vorreiter – wie Sie es bereits im Bereich Abgasminderung sind."

Ab 2012 wird mit dem smart electric drive das erste in Serie hergestellte Elektrofahrzeug von Daimler auf den Markt kommen. Hier muss Daimler seine Kunden dazu ermutigen, wenn nicht sogar konkret dabei unterstützen, den Strom für diese Fahrzeuge aus zusätzlich erzeugten erneuerbaren Energien zu beziehen. Denn nur dann sind Elektrofahrzeuge eine echte Alternative für den Klimaschutz. Um hierbei Vorbild für die Kunden zu sein, sollte Daimler in der eigenen Produktion auf erneuerbare Energien setzen. Das verbessert die Treibhausgasbilanz und das Ansehen. „Made in Germany“ und „produziert mit Wind, Sonne und Wasser“ – eine alternativlose und erfolgversprechende Kombination.

Die Daimler AG prägt aktuell mit car2Go und car2gether einen neuen Trend mit: „nutzen statt besitzen“. Anfängliche Bedenken der Umweltverbände, inwieweit diese innovativen Pilotprojekte nur Nischencharakter besitzen, können beseitigt werden, wenn ab Frühling 2011 car2go in Hamburg eingeführt wird. Der Erfolg dieser Mobilitätskonzepte zeigt, dass das eigene Auto nicht alternativlos bleiben muss. Auch warten entsprechende Konzepte nur darauf, in Richtung Asien ausgeweitet zu werden, wo das Bedürfnis nach „platzsparender“, umweltfreundlicher Mobilität immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Aus Sicht des Öko-Instituts ist eine Fortführung der Bemühungen um echten Klimaschutz im Hause Daimler unabdingbar. Konkretisieren Sie, seien Sie Vorreiter – wie Sie es bereits im Bereich Abgasminderung sind – und zeigen Sie, dass Klimaschutz für Sie wirklich „alternativlos“ ist.

Berlin, im März 2011

Öko-Institut e.V.
Institut für angewandte Ökologie
Institute for Applied Ecology

Das Öko-Institut ist eine der europaweit führenden, unabhängigen Forschungs- und Beratungseinrichtungen für eine nachhaltige Zukunft.
Mehr Informationen unter: www.oeko.de

Daimler

360

Fakten zur Nachhaltigkeit 2011

http://nachhaltigkeit.daimler.com

Kapitel „Unsere Mitarbeiter“

(inklusive vertiefender Inhalte)

UNSERE ZIELE UND UNSER ANSPRUCH

Zu einer wertorientierten, auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Unternehmensführung gehört für Daimler nicht zuletzt die Wahrnehmung sozialer Verantwortung gegenüber den Beschäftigten. Die Belange unserer Belegschaft in Deutschland und weltweit spielen bei unseren Unternehmensentscheidungen eine wichtige Rolle. Dies nicht nur, weil wir uns Werten wie Respekt und Fairness verpflichtet fühlen. Wir sind uns auch bewusst, dass es allein die Kompetenz und das Engagement unserer Beschäftigten sind, die unseren Geschäftserfolg ermöglichen. Deshalb gestalten wir möglichst optimale Arbeitsbedingungen. Dazu gehören eine angemessene Vergütung und hohe Standards im Arbeits- und Gesundheitsschutz ebenso wie flexible Arbeitszeitmodelle und umfangreiche Angebote zur Ausbildung und Qualifizierung. Im Rahmen unseres Diversitymanagements arbeiten wir daran, Vielfalt zu einem Wertfaktor in unseren Personalprozessen und unserer Unternehmenskultur zu machen. 2010 standen dabei vor allem die Erhöhung des Frauenanteils und das Management demografischer Herausforderungen im Vordergrund – mit gutem Erfolg. So erreichte der Frauenanteil in leitenden Führungspositionen weltweit im Berichtsjahr 9,0 Prozent. Im Demografiebereich haben wir eine strategische Initiative ins Leben gerufen und mit Pilotprojekten zur Umsetzung begonnen.

Unsere Ziele

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
1.Arbeitgeberattraktivität			
Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben. Entwicklung von Wegen zur nachhaltigen Verankerung der Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben in der Daimler-Unternehmenskultur auf Grundlage identifizierter Handlungsfelder.	2013	Es wurden 2010 deutschlandweit rund 6.200 Führungskräfte und Mitarbeiter über alle Ebenen hinweg befragt (Rücklaufquote 72 Prozent). Auf Grundlage der Ergebnisse wurden erste Handlungsfelder mit Experten der Daimler AG identifiziert.	Im Rahmen einer strategischen HR-Initiative der Daimler AG und des vom BMBF geförderten Forschungsprojekts "Work-Life-Balance (WLB) - Ausgeglichen!" werden in Kooperation mit der Universität Heidelberg auf Grundlage von zwei Mitarbeiterbefragungen Handlungsfelder identifiziert, bestehende Maßnahmen/ Prozesse evaluiert und ggf. optimiert bzw. neuentwickelt.
Mitarbeiter-Commitment. Erhöhung der Zufriedenheit und Verbundenheit der Beschäftigten mit dem Unternehmen durch Maßnahmen auf Basis von Mitarbeiterbefragungen.	2015	"Employee Commitment Index" - Wert (ECI) bei Mitarbeiterbefragung 2010 um 10 Prozent gegenüber 2008 erhöht (Anstieg von 58 auf 64 Indexpunkte). // Maßnahmenpläne umgesetzt. // Durchführung von Vollbefragung und Stichprobenbefragung im jährlichen Wechsel beschlossen.	Weitere regelmäßige Messung des ECI. // Umsetzung der aus der Mitarbeiterbefragung 2010 resultierenden Maßnahmen. // Definition mittelfristiger ECI-Zielwerte im März 2011 und Konsolidierung des erreichten hohen Niveaus. // Zielwert 2011: >64 //konkrete Zielwerte bis 2013 werden im 1.HJ 2011 festgelegt und regelmässig aktualisiert.// Durchführung von Vollbefragung und Stichprobenbefragung im jährlichen Wechsel beschlossen, also Vollbefragung Herbst 2011, Puls Check im Herbst 2012 usw.
Personalmarketing. Stärkung der Positionierung als attraktiver Arbeitgeber durch eine Ausrichtung des Personal-marketings auf die strategischen Zukunftsmelder "Green Recruiting" und "Emerging Markets" .	2012	Ausrichtung des Daimler "Employer Branding" auf "Green Recruiting" in Deutschland und China umgesetzt.	Erweiterung der Fokussierung auf "Green Recruiting" auf Zukunftsmärkte wie China, Russland und Indien. // Erhöhung der Zahl der Ausbildungsplätze in China von aktuell 72 auf 500. // Erhöhung der Zahl der Ausbildungspartner (Schulen) in China von aktuell 5 auf 21.
2. Wettbewerbsfähige Arbeitskosten			
Wettbewerbsfähige Managementvergütung.	2012	A) Daimler Executive Bonus: Auszahlung erfolgt proportional	Daimler Executive Bonus: Weltweite Umsetzung für das gesamte

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
Umsetzung einer weltweit einheitlichen und transparenten Vergütungs-politik, die auf mittel- bis langfristig orientierte erfolgsabhängige Elemente setzt.		zum Unternehmenserfolg (Zeitraum: 1 Jahr). // Weltweit einheitliche transparente Systematik. // B) Auszahlung aktienorientierte Vergütung gemäß Unternehmenserfolg (Zeitraum: 4 Jahre). Langfristige Verpflichtung zum Halten von Aktien.	Management. // Abteilung der für den Bonus relevanten Jahresziele aus mittelfristigen Unternehmenszielen. // Aktienorientierte Vergütung: Interne Ziele und Vergleichsziele zum Wettbewerb als Basis; Fehlverhalten und Compliance-Verstöße wirken sich auf die Zuteilung aus.
3. Vielfalt und Chancengleichheit			
Diversity-Management. Daimler will im Diversity-Management zu den Spitzenreitern der deutschen Automobilindustrie gehören. Dazu soll Diversity in Personalprozessen und Unternehmenskultur verankert werden.	2020	Bis Ende 2010 wurden rund 4.400 Führungskräfte in Diversity-Workshops geschult.	Organisierte Verankerung von Diversity-Management. // Schulung und Sensibilisierung der Führungskräfte. // Anwendung von Diversity-Kriterien bei der Leistungs- und Potenzialbeurteilung.
Erhöhung des Frauenanteils. A) Im Daimler-Konzern auf 20 Prozent in leitenden Führungspositionen weltweit (bis 2020); B) Auf 14 bis 18 Prozent auf Führungsebene 4 für Daimler AG (2015); C) Für Daimler Konzern 35 Prozent bei CAReer-Einstellungen (bis 2011) und D) Für Daimler AG auf 12,5 bis 15 Prozent in der Belegschaft, 22 bis 26 Prozent bei den Auszubildenden und 13 bis 16 Prozent speziell in der gewerblich-technischen Ausbildung (bis 2015).	A)2020 B) 2015 C) 2011 D) 2015	A) Weltweit 9,0 Prozent Frauen in leitenden Führungspositionen im Daimler Konzern. // Seit 2007 nahmen rund 900 Mentees und Mentoren am konzernweiten TANDEM-Monitoring-Programm teil. // B) 12,4 Prozent Frauen im mittleren Management (Ebene 4) der Daimler AG. // C) Bei den CAReer-Einstellungen erreichte der Anteil der Frauen 35 Prozent.// D) Der Frauenanteil in der Belegschaft der Daimler AG hat sich 2010 auf 13,5 Prozent erhöht. // 20,6 Prozent aller Auszubildenden und 11,3 Prozent der gewerblich-technischen Auszubildenden der Daimler AG waren 2010 weiblich.	Explizite Ansprache von Mädchen bei Marketing- und Informationsveranstaltungen durch Marketingmaterial. // Recruiting-Events für Hoschulabsolventinnen. // Maßnahmen zur Gewinnung von Frauen für die Berufsausbildung. // Girls´ Day und Girls´ Week . // Interne und externe Kommunikation dieser Maßnahmen. // Mentoring-Programme. // Neuabschluss der Betriebsvereinbarung mit teilweise erhöhten Zielkorridoren: 12,5 bis 15 Prozent Frauenanteil in der Belegschaft (Zielkorridor 2010: 12,5 bis 15 Prozent); Frauenanteil bei den Auszubildenden: 22 bis 26 Prozent (Zielkorridor bis 2010: 20 bis 24 Prozent); Frauenanteil bei der gewerblich-technischen Berufsausbildung: 13 bis 16 Prozent (Zielkorridor bis 2010: 11 bis 14 Prozent); Frauenanteil auf der Führungsebene 4: 14 bis 18 Prozent (Zielkorridor bis 2010: 10 bis 14 Prozent).
Internationalisierung des Managements. Mindestens Erhalt des Anteils nichtdeutscher leitender Führungskräfte und Förderung der internationalen Orientierung aller Führungskräfte.	2015	Anteil nichtdeutscher leitender Führungskräfte: 30 Prozent (2009: 29 Prozent). // Gezielte internationale Einstellungen über CAReer.	Gezielte Rekrutierung internationaler Nachwuchskräfte über CAReer. // Förderung von Auslandseinsätzen. // Förderung von Austauschprogrammen. // Sensibilisierung und Qualifizierung von Mitarbeitern und Führungskräften.
Generationenmangement. Weitere Berücksichtigung des Themas Demografie in Unternehmenskultur und Führungsprozess	2012	Weiterer Rollout des HR Resource Managements am Standort Berlin und Pilotierung im Verwaltungsbereich im Werk Wörth. // Integration des Generationenmanagements in Diversitiy-Workshops.	Durchführung eines zentralen Workshops von HR, Gesamtbetriebsrat und Planungs-bereichen in 2011 zur Identifikation von Handlungsfeldern im Generationen-managment in der DaimlerAG. // Fortführung Rollout HR Resource Management an deutschen Standorten.

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
4. Mitarbeiterentwicklung und Förderung			
Qualifizierte Nachwuchs-sicherung. Sicherstellen der Gewinnung, Förderung und Qualifizierung akademischer Führungskräfte.	2011	Über das Traineeprogramm CAReer wurden 2010 rund 500 Hochschulabsolventen und Berufseinsteiger mit erster Praxiserfahrung eingestellt. // An der Dualen Hochschule Baden-Württemberg wurde 2010 der neue Studiengang Wirtschaftsinformatik konzeptionell eingeführt. Im Oktober 2011 soll das Studium in Zusammenarbeit mit Daimler beginnen.. // Mit dem Ausbau des Academic-Program zur (Weiter-) Qualifizierung von Mitarbeitern in strategischen Feldern "Green IT" wurde begonnen.	Sicherung der Nachwuchsgewinnung und –förderung über CAReer. // Sicherstellung über Nachwuchsgewinnung und- förderung über die Duale Hochschule: Neuer Studiengang Wirtschaftsinformatik sowie laufende Studiengänge in den Kernfunktionen Technik und Wirtschaft. // Ausbau des Daimler Academic Program zur akademischen (Weiter-) Qualifizierung im Blick auf Kompetenzprofile in strategischen und fachlichen Schwerpunktfeldern.
Green-HR-Strategie. Strategische Initiative zur Antizipation von und dem Umgang mit Heraus-forderungen für Human Resources durch den Wandel in den Antriebstechnologien.	2012	Start der Studie ELAB. // Technologiebaustein für Auszubildende im Rahmen eines Echt-Einsatzes seit Herbst 2010. // Technologiebaustein für Auszubildende im Rahmen eines Echt-Einsatzes seit Herbst 2010. // Qualifizierung von rund 18.000 Fachexperten entlang der Wertschöpfungskette und Trainees.// "Green" Daimler Career Days.	ELAB: Studie von Unternehmensleitung und Gesamtbetriebsrat zur Wirkung der Elektrifizierung des Antriebsstrangs auf Beschäftigung und Standort-Umgebung. // Mit der Bearbeitung wurden drei Forschungsinstitute – das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtscvhaft und Organisation (IAO), das IMU Institut und das Institut für Fahrzeugkonzepte des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) – beauftragt. Getragen und finanziert wird das Projekt von der Daimler AG, der IG Metall Baden-Württemberg und der Hans-Böckler-Stiftung.
Bedarfsgerechte Ausbildung. Neugewichtung, Optimierung, und Ausbau der Ausbildungsangebote.	2015	Ausbildungsquote von 4,7 Prozent der aktiven Belegschaft erreicht. In den PKW-Werken lag der Anteil der Ausbildungsplätze in elektro- und elektromechanischen Berufen 2010 bereits bei 50 Prozent.	Daimler AG, Deutschland: Erhöhung des Anteils höherwertiger sowie elektrotechnisch orientierter Ausbildungs-berufe. // Die Ausbildungsquote soll in den folgenden Jahren auf dem Niveau 2010 gehalten werden, dabei werden Einflußfaktoren wie die demografischen Entwicklung und der Automatisierungsgrad in der Produktion berücksichtigt. // Weiterentwicklung des Produktions-Lern-Systems (PLS) im Truckbereich.
5. Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutz			
Ergonomieaktivitäten. Verankerung der Ergonomieaktivitäten in Planungs- und Produktionsprozessen.	2015	Systematische Ergonomiebetrachtungen bei den anstehenden Neutypenplanungen in den Fahrzeugbereichen von Mercedes-Benz Cars und Daimler Trucks; z.B. Planung neue Kompaktklasse und Planung neue Truck-Generation. Schulung von Ergonomiebeauftragten in den Geschäftsbereichen Mercedes-Benz Cars und Daimler Trucks zur Anwendung der Ergonomie-Analyse-Tools.	Durchführung von systematischen Ergonomie-Analysen und bei Bedarf frühzeitig Einleitung von Gestaltungs-maßnahmen zur Vermeidung gesundheitlicher Risiken. // Sicherstellung durchgängiger Ergonomieprozesse: In den Aggregatbereichen (Achsen, Getriebe, Motoren) von MBC und Truck. // In den Bereichen Van und Buses. // Bei der Serienproduktion in allen Geschäfts-bereichen.

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
6. Beschäftigung			
Erhöhung der Personal-flexibilität durch temporäres Personal in der Daimler AG.	2012	Durch die Möglichkeit, flexibles Personal einzusetzen, konnten wir – flankiert durch die Zeitflexibilisierung – unsere Stamm-Beschäftigung sichern.	Vereinbarung zur Beschäftigung von temporärem Personal im Umfang von bis zu 8 Prozent durch Gesamtbetriebs-vereinbarung vom 06.05.2010.

BESCHÄFTIGUNG

Am 31. Dezember 2010 beschäftigte der Daimler-Konzern weltweit 260.100 Mitarbeiter. Das waren 3.693 mehr als ein Jahr zuvor. Der Anstieg resultierte zum einen aus Zugängen im Konsolidierungskreis, insbesondere von Gesellschaften bei Mercedes-Benz Cars und in der Vertriebsorganisation. Zum anderen erhöhte sich der Personalstand dadurch, dass die Personalkapazitäten an die wieder anziehende Nachfrage angepasst wurden.

Flexibler Personaleinsatz

In den Jahren 2008 und 2009 mussten wir auf die rückläufige Nachfrage reagieren, indem wir Zeitkonten abbauten, die Zahl der Zeitarbeitskräfte reduzierten und schließlich weitergehende Maßnahmen bis hin zur Kurzarbeit ergreifen mußten. Inzwischen hat die Nachfrage wieder spürbar angezogen, sodass wir die Kurzarbeit im Pkw- und auch im Nutzfahrzeugbereich wieder beenden konnten. Damit waren zum Jahresende 2010 in der Daimler AG weder Mitarbeiter in Kurzarbeit (2009: 27.498) noch waren Beschäftigte von einer Arbeitszeitverkürzung betroffen (2009: 86.992).

Der Anteil der Tarifmitarbeiter in Deutschland beläuft sich auf über 90 Prozent (Konzern). Keine Tarifbindung besteht in einigen Konzerngesellschaften. In Deutschland nehmen Betriebsräte über das Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) auch ohne Tarifbindung weitgehende Mitbestimmungsrechte für die Belegschaft wahr, z. B. für betriebliche Lohngestaltung und Fragen der betrieblichen Ordnung.

Dialog mit Arbeitnehmervertretern

Daimler pflegt eine enge Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretern in Betriebsräten und Gewerkschaften. Zentrale Gremien hierfür sind die 2002 gebildete Weltarbeitnehmervertretung und der Europäische Betriebsrat, der seit 1996 existiert. Auf Unternehmensebene werden die Interessen der Arbeitnehmer im Aufsichtsrat entsprechend der gesetzlichen Regelung durch zehn Aufsichtsräte vertreten. Seit 2009 wird das im HR-Ressort eingerichtete HR CSR Committee durch einen Vertreter des Gesamtbetriebsrats unterstützt.

Daimler erkennt das Recht, sich gewerkschaftlich zu organisieren, unter Berücksichtigung der nationalen gesetzlichen Regelungen an. Das Recht auf Koalitionsfreiheit gewährleisten wir selbst in Staaten, in denen die Koalitionsfreiheit nicht geschützt ist. Dies ist in unseren Grundsätzen zur sozialen Verantwortung verankert, die alle zehn Prinzipien des UN Global Compact mit einbeziehen.

Daimler berichtet gegenüber der Weltarbeitnehmervertretung (WEC) regelmäßig über Verstöße gegen die Grundsätze. Das Verfahren für den Umgang mit Beschwerdefällen haben wir 2008 neu beschrieben und die Verantwortlichkeiten mit dem Einkaufsbereich neu festgelegt. Verstößt einer unserer Geschäftspartner gegen unsere Grundsätze, weisen wir ihn darauf hin. Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern, dass sie vergleichbare Grundsätze der sozialen Verantwortung einführen.

Der Betriebsrat ist vom Unternehmen über alle wesentlichen Betriebsänderungen zu informieren. In Abhängigkeit bestimmter, vom (Betriebsverfassungs-)Gesetz vorgegebener Schwellenwerte muss mit dem Betriebsrat eine Vereinbarung über die Auswirkungen der Betriebsänderung geschlossen werden. Im Übrigen werden die Mitarbeiter von Daimler rechtzeitig (via interne Kommunikationsmedien) über wesentliche betriebliche Veränderungen informiert. Des Weiteren informiert das Unternehmen die unterschiedlichen Gremien der Arbeitnehmervertretung auf Konzern- und Unternehmensebene (Konzernwirtschaftsausschuss, WEC) über die wirtschaftliche Lage und wesentliche Veränderungen im Konzern und den Konzernunternehmen.

BESCHÄFTIGUNGSENTWICKLUNG

Durch die wieder belebende Nachfrage sowie Zugänge im Konsolidierungskreis hat sich im Jahr 2010 die Zahl der Beschäftigten leicht erhöht. Am 31. Dezember beschäftigten wir weltweit 260.100 Mitarbeiter gegenüber 256.407 zum Jahresende 2009. In Deutschland stieg die Belegschaft auf 164.026 (2009: 162.565) Mitarbeiter; 18.295 (2009: 17.697) waren in den USA, 13.484 (2009: 13.088) in Brasilien und 12.836 (2009: 14.152) in Japan tätig. Die Zahl der Auszubildenden belief sich weltweit auf 8.841 (2009: 9.151). Am Jahresende 2010 waren in der Daimler AG 145.796 (2009: 147.052) Mitarbeiter beschäftigt. Einen Beschäftigungsanstieg verzeichneten die Geschäftsfelder Mercedes-Benz Cars (+3 Prozent) und Daimler Trucks (+1 Prozent). Während sich auch in der Vertriebsorganisation die Zahl der Mitarbeiter erhöhte (+1 Prozent), verringerte sie sich in den Geschäftsfeldern Mercedes-Benz Vans (-4 Prozent) und Daimler Financial Services (-1 Prozent).

Gesamtbelegschaft nach Regionen und Geschäftsfeldern

Jahresendstand	2009	2010	Jahresendstand	2009	2010
Afrika	6.059	6.060	Mercedes-Benz Cars	93.572	96.281
Asien	18.863	18.123	Daimler Trucks	70.699	71.706
Australien	1.203	1.240	Daimler Financial Services	6.800	6.742
Europa	192.199	194.790	Mercedes-Benz Vans	15.226	14.557
davon in Deutschland	162.565	164.026	Daimler Buses	17.188	17.134
Nordamerika inkl. Mexiko	23.221	24.661	Sales & Marketing	47.625	48.299
Süd- und Mittelamerika	14.862	15.226	Sonstige	5.297	680
			Gesamtbelegschaft	**256.407**	**260.100**

Interessenausgleich bei Betriebsänderungen

Der Betriebsrat ist vom Unternehmen über alle wesentlichen Betriebsänderungen zu informieren. In Abhängigkeit bestimmter, vom (Betriebsverfassungs-)Gesetz vorgegebener Schwellenwerte muss mit dem Betriebsrat eine Vereinbarung über die Auswirkungen der Betriebsänderung geschlossen werden. Im Übrigen werden die Mitarbeiter von Daimler rechtzeitig (via interne Kommunikationsmedien) über wesentliche betriebliche Veränderungen informiert. Des Weiteren informiert das Unternehmen die unterschiedlichen Gremien der Arbeitnehmervertretung auf Konzern- und Unternehmensebene (Konzernwirtschaftsausschuss, WEC) über die wirtschaftliche Lage und wesentliche Veränderungen im Konzern und den Konzernunternehmen.

Daimler strebt bei Betriebsänderungen, die die Belegschaft im Rahmen der Umsetzung nachteilig berühren können, mit den zuständigen Arbeitnehmervertretungen stets einvernehmliche Regelungen über einen Interessenausgleich und eine Abfederung von möglichen Nachteilen in einem Sozialplan an. Im Jahr 2010 wurde mit dem Konzernbetriebsrat der Daimler Financal Services AG (DFS) ein Interessenausgleich / Sozialplan über das Neustrukturierungskonzept „Plus3“ innerhalb des DFS-Konzern geschlosssen; mit dem Gesamtbetriebsrat der Daimler AG wurde ein Interessenausgleich über die Weiterentwicklung von Shared-Service-Strukturen im Accounting-Bereich der Daimler AG geschlossen. Im Rahmen von freiwilligen Regelungen strebt Daimler solche Vereinbarungen auch dann an, wenn dazu keine gesetzliche Verpflichtung besteht.

FLUKTUATION

Die weltweite Fluktuationsrate im Daimler-Konzern reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 4,8 Prozentpunkte auf 4,9 Prozent. Die Rate in Deutschland lag bei 2,8 Prozent (2009: 4,1 Prozent), in den USA bei 14,1 Prozent (2009: 35,8 Prozent) und im Rest der Welt bei 7,2 Prozent (2009: 15,0 Prozent). In diesen Quoten sind auch Frühpensionierungen, Ausscheidensvereinbarungen und speziell in Deutschland Altersteilzeitverträge sowie in den USA Layoff-Verträge enthalten. Die weltweite Fluktuationsquote der weiblichen Mitarbeiter lag im Jahr 2010 bei 5,4 Prozent (2009: 8,5 Prozent).

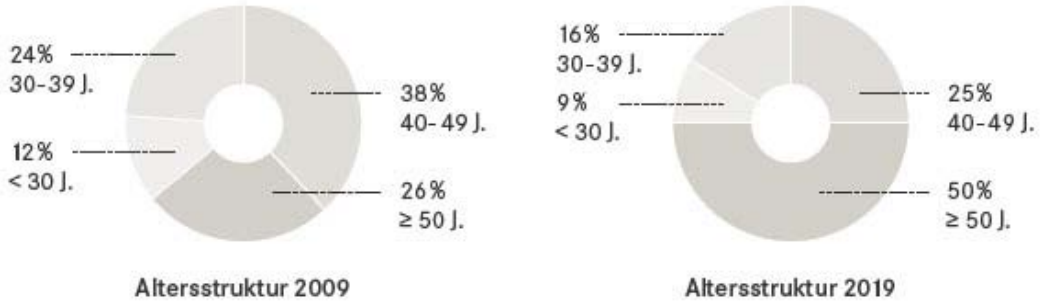
Professionelles Trennungsmanagement

Mitarbeitern, die auf Veranlassung des Unternehmens – sei es betriebsbedingt oder aus individuellen Gründen – eine berufliche Neuorientierung auf dem externen Arbeitsmarkt suchen, bietet Daimler Unterstützungsleistungen an. Im Rahmen unseres professionellen Trennungsmanagements haben wir hierfür in den letzten Jahren spezielle Prozesse für alle Mitarbeitergruppen entwickelt und eingeführt.

DEMOGRAPHISCHER WANDEL

Auch bei Daimler wird der demografische Wandel zunehmend spürbar. Das Durchschnittsalter der Mitarbeiter in der Daimler AG hat sich in Deutschland 2010 auf 43 Jahre (2009: 42,5 Jahre) erhöht. Die ungleichmäßige Altersstruktur im Unternehmen sowie veränderte gesetzliche und tarifliche Rahmenbedingungen – etwa die Erhöhung des Renteneintrittsalters oder die Neuregelungen zur Altersteilzeit – tragen dazu bei, dass sich dieser Trend weiter fortsetzen wird. So dürfte der Altersdurchschnitt in der Daimler AG in den nächsten 10 Jahren um 4 Jahre auf 47 Jahre ansteigen. Damit erhöht sich der Anteil unserer Mitarbeiter über 50 von heute 25 Prozent auf 50 Prozent im Jahr 2020.

25 Veränderungen der Altersstrukturen bei der Daimler AG (Deutschland) zwischen 2009 und 2019



Altersdurchschnitt im Jahr 2010

	Stammbelegschaft	gewerbliche Mitarbeiter	Mitarbeiter in der Verwaltung
Daimler AG (Deutschland)	43,0 Jahre	42,7 Jahre	43,4 Jahre
Konzern (weltweit)	41,9 Jahre	41,6 Jahre	42,2 Jahre

Aktivitäten zum demografischen Wandel

Die demografische Struktur unserer Mitarbeiterschaft verändert sich zusehends. Um die damit verbundenen Chancen zu nutzen und Risiken zu vermeiden, hat die Daimler AG in folgenden Handlungsfeldern Initiativen begonnen:

- Unternehmenskultur und Führungsprozess,
- Arbeitsorganisation und Personaleinsatz,
- Nachwuchssicherung und HR Resource Management,
- Personalentwicklung und Qualifizierung,

- Gesundheitsmanagement,
- Arbeitsplatzgestaltung und Ergonomie,
- Ausscheidensmodelle und Altersvorsorge.

Beispiel: Im Jahr 2009 haben wir im Werk Bremen ein Pilotprojekt gestartet. Wir erproben dort demografieorientierte Beschäftigungswege, die wir nun durch ergänzende Qualifizierungsprogramme unterstützen. Dabei qualifizieren wir ältere Produktionsmitarbeiter in der Montage zu Anlagenwarten im Karosseriebau. Dies fördert Beschäftigungsoptionen, bei denen wir die Leistungsfähigkeit erfahrener Mitarbeiter optimal einsetzen können.

Aktivitäten zur demografischen Entwicklung bei der Daimler AG		
Unternehmenskultur und Führungsprozess	–	"Demografie-/Generationsmanagement" als Bestandteil von Diversity
	–	Führungskräfte- Workshops
Arbeitsorganisation, Personaleinsatz	–	Entlastungsorientierte Job-Rotation
	–	Aktive Steuerung von Altersstrukturen durch Berücksichtigung "Alter" bei Versetzungsaktionen
	–	Demografieorientierte Arbeitszeit beim Dienstleistungstarifvertrag
Arbeitsplatzgestaltung/ Ergonomie	–	Ergonomieinitiative
	–	Einsatz von Ergonomiebewertungsverfahren in Produktionsplanung und Serienbetrieb
	–	Schulung von Mitarbeitern zum ergonomischen Verhalten (z. B. Einsatz Montagewürfel)
HR Resource Management, Know-how-Sicherung	–	Analyse der Belegschaftsstrukturen bzgl. Alterungseffekte
	–	Umsetzung von zielgerichteten Maßnahmen aus den Analysen zum HR Resource Management
	–	Know-how-Transfer
Personalentwicklung	–	Umsetzung von Skill-/Kompetenzmanagement-Systemen
	–	Jährliche Führungsgespräche zur bedarfsorientierten Qualifizierung
Gesundheitsmanagement	–	Anwendung des Portfolios zur betrieblichen Gesundheitsförderung
	–	Standardprozess Integrationsmanagement
Ausscheidensinstrumente	–	Bedarfsorientierte Nutzung von Altersteilzeit

Bereits seit 2007 untersuchen wir bei der Daimler AG demografische Kapazitäts- und Alterungseffekte zudem im Rahmen von Standortprojekten unseres HR Resource Managements. 2010 haben wir zum Beispiel Projekte im Aggregatewerk Berlin und im Werk Wörth durchgeführt, bei denen sich die Methodik als sehr erfolgreich bewährte.

HR resource management

Our HR resource management approach provides us with the results of detailed analyses, from which we can derive targeted measures in order to keep our workforce competitive. In spring 2010, for example, we ran a project at the Berlin powertrain plant to find out how the facility would change in response to e-mobility. At other locations we introduced the HR resource management method as a regular process in 2010. In addition, we launched a pilot project in 2010 at the Wörth plant to test the use of the HR resource management approach in administrative, planning, and development departments. In 2010 the corporate department for Labor Policy also developed the Jobfit tool, which makes it possible to implement a standardized and efficient HR resource management process at the various company locations.

Standortprojekte, Inhalte und Ergebnisse des HR Resource Management bei Daimler

Bisherige Standorte	Inhalte	Ergebnisse
Durchführung an verschiedenen Standorten: - Werk Wörth - Werk Mannheim - Werk Gaggenau - Werk Kassel - Werk Bremen - Werk Berlin Weitere Projekte laufen bzw. sind in Planung	Durchführung von **Simulationen** zur - Bestandsentwicklung - Bedarfsentwicklung Entwicklung **zielgerichteter Maßnahmen** zur Deckung quantitativer und qualitativer **Kapazitätsdeltas** Prognostizierung von **Alterungseffekten**	Initiierung und Umsetzung von Maßnahmen z. B. zur: - **Ausbildungspolitik** und Recruiting - centerübergreifenden **Personalsteuerung** und **Quer-Qualifizierung** - werksinternen und werkübergreifender **Flexibilität** - Begrenzung potenzieller **Alterungseffekte**

WETTBEWERBSFÄHIGE VERGÜTUNG

Daimler legt Wert auf eine wettbewerbsfähige Vergütungspolitik, die sich gleichermaßen an den Kriterien Wirtschaftlichkeit und Attraktivität orientiert. Dem entspricht eine Vergütung, die zeitgemäß ist, ohne kurzlebigen Trends zu folgen. Unser Gesamtvergütungskonzept folgt weltweit der gleichen Systematik. Das Vergütungspaket für unsere Mitarbeiter und Führungskräfte besteht aus verschiedenen kurz- und langfristig wirkenden Komponenten und Zusatzleistungen. Die Gesellschaften im Daimler-Konzern handeln in Bezug auf den Lohn in Übereinstimmung mit den jeweils relevanten Gesetzen und – soweit vorhanden – Tarifverträgen. Darüber hinaus orientieren sie sich bei der Einkommensfindung grundsätzlich am Markt, d. h. dem Vergleich mit anderen Unternehmen. Für das Spektrum der Konzerngesellschaften (Fahrzeugproduktion bzw. Fahrzeugimport und -verkauf) liegen die Marktlöhne über lokalen Mindestlöhnen. Zur Beurteilung der Lohnhöhe kommt, dass in den Konzerngesellschaften weit überwiegend zusätzliche Leistungen gewährt werden, die in der Summe das gesetzliche Niveau übersteigen. Solche Leistungen sind z. B. freiwillige Versicherungen oder andere Versorgungsleistungen.

Basis der leistungs- und erfolgsorientierten Vergütung ist ein durchgängiger Führungsprozess, mit dem wir Leistungsanforderungen abstimmen, überprüfen und bewerten. In den Führungsebenen 1 bis 4 setzen wir diesen Führungsprozess im Rahmen eines Zielvereinbarungsprozesses weltweit unter einheitlichen Bedingungen um. Nicht nur unsere Beurteilungsinstrumente für Führungskräfte, sondern auch jene für Mitarbeiter berücksichtigen Nachhaltigkeitsthemen. Diese sind in den Bewertungskriterien „Führungshandeln“ beziehungsweise „Arbeitsverhalten“ enthalten. Die Leistungsergebnisse aus dem jährlichen Führungsprozess sind nicht nur Basis der Vergütung, sie dienen auch als Grundlage für unsere Mitarbeiterentwicklung und das Potenzialmanagement.

Leistungsbeurteilung und Führen mit Zielen

Um den persönlichen Erfolg zu messen, nutzen wir auf den Führungsebenen 1 bis 4 sowie bei gehobenen Sachbearbeitertätigkeiten die jährliche Zielvereinbarung mit dem Vorgesetzten. Zu Beginn jedes Jahres vereinbart der Vorgesetzte mit dem Mitarbeiter quantitative und qualitative Ziele. In der Regel wird auch ein persönliches Entwicklungsziel festgelegt. Im Topmanagement gehören zudem immer Diversity-Ziele dazu. Im Jahresverlauf besprechen Mitarbeiter und Vorgesetzter immer wieder, inwieweit die gesetzten Ziele erreicht werden, und vereinbaren, wenn nötig, erforderliche Maßnahmen. Am Jahresende stellt der Vorgesetzte fest, inwieweit der Mitarbeiter die Ziele erreicht hat. Dabei bewertet er auch dessen Führungshandeln. In unternehmensweiten Managementkonferenzen wird sodann die individuelle Zielerreichung, das Führungshandeln oder Arbeitsverhalten sowie das persönliche Entwicklungspotenzial diskutiert. Die Ergebnisse der jährlichen Beurteilung sowie Maßnahmen zur beruflichen Weiterentwicklung bespricht der Vorgesetzte in einem persönlichen Gespräch mit dem Mitarbeiter.

Ergänzend setzen wir Feedbackinstrumente ein. Auf Teamebene ist dies das Mitarbeiterfeedback, auf Organisationsebene die Mitarbeiterbefragung.

Führungsprozesse und Leistungsentgelte im Daimler-Konzern

Weltweit erfolgt jährlich eine Performancebewertung, Potenzialerfassung und Entwicklungsplanung für alle unsere Führungskräfte und einen Teil der Sachbearbeiter im Rahmen des LEAD-Führungsprozesses.

Tarifmitarbeiter in technischen und Verwaltungsfunktionen – rund 50 Prozent der Tarifbelegschaft – erhalten zusätzlich zum Grundentgelt ein leistungsbezogenes Entgelt. Dieses beträgt im Schnitt 15 Prozent des tariflichen Grundentgeltes pro Betrieb. Die individuelle Höhe des Leistungsentgeltes wird für jeden Mitarbeiter jährlich im Führungsprozess NAVI ermittelt. Im Rahmen von NAVI werden zudem Maßnahmen vereinbart und umgesetzt, mit denen sich der Mitarbeiter weiter qualifizieren und beruflich entwickeln kann.

In den Produktions- und produktionsnahen Bereichen der Daimler AG – die weiteren 50 Prozent der deutschen Tarifbelegschaft – vergüten wir das Leistungsentgelt bis Ende 2011 auf Basis einer Betriebsvereinbarung als fixes Entgelt.

Neben dem fixen Grundgehalt enthält die Vergütung bei Daimler variable Bestandteile. Je verantwortungsvoller die Position, desto höher ist der variable Vergütungsanteil. Die variable Vergütung für Führungskräfte im mittleren und oberen Management ist weltweit einheitlich geregelt, ebenso die aktienorientierte Vergütung, eine langfristig und nachhaltig angelegte Vergütungskomponente für das Management. Da die variable Vergütung an die wirtschaftliche Entwicklung gekoppelt ist, wird sich der Erfolg des Jahres 2010 auch wieder spürbar auf die Höhe der variablen Vergütung auswirken. Um flexibler zu sein und unsere Stammbelegschaft abzusichern, setzen wir auch Zeitarbeitnehmer ein. Ihre Vergütung entspricht im gewerblichen Bereich dem Einstellentgelt der übrigen Mitarbeiter.

Vergütung von Zeitarbeitnehmern

Um flexibler zu sein und unsere Stammbelegschaft abzusichern, setzen wir auch Zeitarbeitnehmer ein. Dabei kooperieren wir ausschließlich mit tarifgebundenen gewerblichen Organisationen zur Arbeitnehmerüberlassung, die eine Genehmigung der Bundesagentur für Arbeit besitzen. Die Vergütung unserer Zeitarbeitskräfte ist fair und entspricht im gewerblichen Bereich dem Einstellentgelt für unsere übrigen Mitarbeiter in den entsprechenden Bereichen. Sie ist vom Manteltarifvertrag Metall Baden-Württemberg abgeleitet. In Rahmenverträgen mit den Verleihbetrieben gewähren wir eine Zulage in Höhe der Differenz zwischen dem Bruttoentgelt nach dem jeweiligen Tarifvertrag des Entleihbetriebes und dem tariflichen Einstiegsentgelt bei Daimler.

WETTBEWERBSFÄHIGE VERGÜTUNG

Daimler legt Wert auf eine wettbewerbsfähige Vergütungspolitik, die sich gleichermaßen an den Kriterien Wirtschaftlichkeit und Attraktivität orientiert. Dem entspricht eine Vergütung, die zeitgemäß ist, ohne kurzlebigen Trends zu folgen. Unser Gesamtvergütungskonzept folgt weltweit der gleichen Systematik. Das Vergütungspaket für unsere Mitarbeiter und Führungskräfte besteht aus verschiedenen kurz- und langfristig wirkenden Komponenten und Zusatzleistungen. Die Gesellschaften im Daimler-Konzern handeln in Bezug auf den Lohn in Übereinstimmung mit den jeweils relevanten Gesetzen und – soweit vorhanden – Tarifverträgen. Darüber hinaus orientieren sie sich bei der Einkommensfindung grundsätzlich am Markt, d. h. dem Vergleich mit anderen Unternehmen. Für das Spektrum der Konzerngesellschaften (Fahrzeugproduktion bzw. Fahrzeugimport und -verkauf) liegen die Marktlöhne über lokalen Mindestlöhnen. Zur Beurteilung der Lohnhöhe kommt, dass in den Konzerngesellschaften weit überwiegend zusätzliche Leistungen gewährt werden, die in der Summe das gesetzliche Niveau übersteigen. Solche Leistungen sind z. B. freiwillige Versicherungen oder andere Versorgungsleistungen.

Basis der leistungs- und erfolgsorientierten Vergütung ist ein durchgängiger Führungsprozess, mit dem wir Leistungsanforderungen abstimmen, überprüfen und bewerten. In den Führungsebenen 1 bis 4 setzen wir diesen Führungsprozess im Rahmen eines Zielvereinbarungsprozesses weltweit unter einheitlichen Bedingungen um. Nicht nur unsere Beurteilungsinstrumente für Führungskräfte, sondern auch jene für Mitarbeiter berücksichtigen Nachhaltigkeitsthemen. Diese sind in den Bewertungskriterien „Führungshandeln“ beziehungsweise „Arbeitsverhalten“ enthalten. Die Leistungsergebnisse aus dem jährlichen Führungsprozess sind nicht nur Basis der Vergütung, sie dienen auch als Grundlage für unsere Mitarbeiterentwicklung und das Potenzialmanagement.

Leistungsbeurteilung und Führen mit Zielen

Um den persönlichen Erfolg zu messen, nutzen wir auf den Führungsebenen 1 bis 4 sowie bei gehobenen Sachbearbeitertätigkeiten die jährliche Zielvereinbarung mit dem Vorgesetzten. Zu Beginn jedes Jahres vereinbart der Vorgesetzte mit dem Mitarbeiter quantitative und qualitative Ziele. In der Regel wird auch ein persönliches Entwicklungsziel festgelegt. Im Topmanagement gehören zudem immer Diversity-Ziele dazu. Im Jahresverlauf besprechen Mitarbeiter und Vorgesetzter immer wieder, inwieweit die gesetzten Ziele erreicht werden, und vereinbaren, wenn nötig, erforderliche Maßnahmen. Am Jahresende stellt der Vorgesetzte fest, inwieweit der Mitarbeiter die Ziele erreicht hat. Dabei bewertet er auch dessen Führungshandeln. In unternehmensweiten Managementkonferenzen wird sodann die individuelle Zielerreichung, das Führungshandeln oder Arbeitsverhalten sowie das persönliche Entwicklungspotenzial diskutiert. Die Ergebnisse der jährlichen Beurteilung sowie Maßnahmen zur beruflichen Weiterentwicklung bespricht der Vorgesetzte in einem persönlichen Gespräch mit dem Mitarbeiter.

Ergänzend setzen wir Feedbackinstrumente ein. Auf Teamebene ist dies das Mitarbeiterfeedback, auf Organisationsebene die Mitarbeiterbefragung.

Führungsprozesse und Leistungsentgelte im Daimler-Konzern

Weltweit erfolgt jährlich eine Performancebewertung, Potenzialerfassung und Entwicklungsplanung für alle unsere Führungskräfte und einen Teil der Sachbearbeiter im Rahmen des LEAD-Führungsprozesses.

Tarifmitarbeiter in technischen und Verwaltungsfunktionen – rund 50 Prozent der Tarifbelegschaft – erhalten zusätzlich zum Grundentgelt ein leistungsbezogenes Entgelt. Dieses beträgt im Schnitt 15 Prozent des tariflichen Grundentgeltes pro Betrieb. Die individuelle Höhe des Leistungsentgeltes wird für jeden Mitarbeiter jährlich im Führungsprozess NAVI ermittelt. Im Rahmen von NAVI werden zudem Maßnahmen vereinbart und umgesetzt, mit denen sich der Mitarbeiter weiter qualifizieren und beruflich entwickeln kann.

In den Produktions- und produktionsnahen Bereichen der Daimler AG – die weiteren 50 Prozent der deutschen Tarifbelegschaft – vergüten wir das Leistungsentgelt bis Ende 2011 auf Basis einer Betriebsvereinbarung als fixes Entgelt.

Neben dem fixen Grundgehalt enthält die Vergütung bei Daimler variable Bestandteile. Je verantwortungsvoller die Position, desto höher ist der variable Vergütungsanteil. Die variable Vergütung für Führungskräfte im mittleren und oberen Management ist weltweit einheitlich geregelt, ebenso die aktienorientierte Vergütung, eine langfristig und nachhaltig angelegte Vergütungskomponente für das Management. Da die variable Vergütung an die wirtschaftliche Entwicklung gekoppelt ist, wird sich der Erfolg des Jahres 2010 auch wieder spürbar auf die Höhe der variablen Vergütung auswirken. Um flexibler zu sein und unsere Stammbelegschaft abzusichern, setzen wir auch Zeitarbeitnehmer ein. Ihre Vergütung entspricht im gewerblichen Bereich dem Einstellentgelt der übrigen Mitarbeiter.

Vergütung von Zeitarbeitnehmern

Um flexibler zu sein und unsere Stammbelegschaft abzusichern, setzen wir auch Zeitarbeitnehmer ein. Dabei kooperieren wir ausschließlich mit tarifgebundenen gewerblichen Organisationen zur Arbeitnehmerüberlassung, die eine Genehmigung der Bundesagentur für Arbeit besitzen. Die Vergütung unserer Zeitarbeitskräfte ist fair und entspricht im gewerblichen Bereich dem Einstellentgelt für unsere übrigen Mitarbeiter in den entsprechenden Bereichen. Sie ist vom Manteltarifvertrag Metall Baden-Württemberg abgeleitet. In Rahmenverträgen mit den Verleihbetrieben gewähren wir eine Zulage in Höhe der Differenz zwischen dem Bruttoentgelt nach dem jeweiligen Tarifvertrag des Entleihbetriebes und dem tariflichen Einstiegsentgelt bei Daimler.

ALTERSVORSORGE

Daimler bietet seinen Mitarbeitern weltweit attraktive Altersvorsorgemodelle, die der allgemeinen Marktpraxis im jeweiligen Land entsprechen. Dabei sollen die zugesagten Leistungen zu einer ausreichenden Absicherung im Ruhestand beitragen, für das Unternehmen plan- und erfüllbar sein und risikoarm gestaltet werden. Unsere „General Pension Policy“ gewährleistet die Einhaltung dieser Grundsätze. Während die Daimler AG allen Mitarbeitern beitragsorientierte Leistungszusagen gewährt, bieten wir im Konzern landesspezifisch sowohl Leistungs- als auch beitragsorientierte Vorsorgepläne an. Konzernweit setzen wir die betriebliche Altersvorsorge über externe Partner wie auch im Rahmen direkter Zusagen des Arbeitgebers um. Im letzteren Fall werden die Mittel zur Deckung der Verpflichtungen in ausgelagerten, separierten Fonds angelegt. Für die Beschäftigten der Daimler AG sind die Versorgungsansprüche neben dem gesetzlichen Insolvenzschutz durch den Pension-Sicherungs-Verein Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit (PSVaG) zusätzlich durch den Daimler Pension Trust e.V. geschützt. Neben den vom Unternehmen finanzierten Zusagen bieten wir den Beschäftigten verschiedene Entgeltumwandlungsmodelle an. Auf diese Weise können die Mitarbeiter zusätzlich alle Möglichkeiten der steuerlichen Förderung in Anspruch nehmen.

Betriebliche Altersversorgung Daimler AG

In der Daimler AG besitzen alle unbefristet Beschäftigten eine Zusage auf betriebliche Altersversorgung. Allgemeingültige Angaben zur Beitragshöhe in Prozent des Gehalts sind nicht möglich, da sich Ausprägung und Umfang der Altersversorgung im weltweiten Markt erheblich unterscheiden.

Aufwendungen für Altersvorsorge im Daimler-Konzern

Angaben in Mrd. Euro	2008	2009	2010
Barwert der Pensionsverpflichtungen zum 31.12.[1]	15	16,5	17,7
Zahlungen an Pensionäre	0,8	0,8	0,8
Aufwendungen für staatliche und externe Pensionspläne	1,0	1,0	1,2

Die Zahlen, sowie weiterführende Angaben finden Sie auf Seite 211 in unserem Geschäftsbericht 2010.

[1] Die Höhe dieser Barwerte ist stark von den jährlich festzulegenden bilanziellen Bewertungsparametern,insbesondere des Abzinsungssatzes, abhängig.

PROGRAMME ZUR GEWINNUNG FÄHIGER TALENTE UND BINDUNG VON NACHWUCHSKRÄFTEN

Daimler legt größten Wert darauf, Talente durch attraktive Programme frühzeitig zu fördern und sie für das Unternehmen zu begeistern. Wir tun dies beispielsweise im Rahmen des Programms Daimler Student Partnership (dsp), das 2010 als bestes Alumni-Programm ausgezeichnet wurde. Die Zahl der Bewerbungen von Hochschulabsolventen und Berufseinsteigern mit erster Praxiserfahrung steigt kontinuierlich an. So erhöhte sich zum Beispiel bei unserem konzernweiten Nachwuchsprogramm CAReer die Zahl der Bewerbungen 2010 im Vergleich zum Vorjahr um rund 30 Prozent (Stand 15.09.2010).

In Zukunft werden wir vor allem den direkten Dialog mit Absolventen und Berufseinsteigern mit erster Praxiserfahrung weiter intensivieren und dabei vermehrt auf Social Media setzen. Zudem werden wir unsere Arbeitgeberattraktivität mit den folgenden Maßnahmen weiter steigern:

- Einführung des Daimler Employer Branding 2011 mit Ausrichtung auf „Green Recruiting“ in weiteren Emerging Markets wie Indien,
- verstärkte zielgruppenspezifische Ansprache und Bindung von Toptalenten vor allem im Bereich Engineering und IT,
- Fortführung von Image- und Recruitingformaten wie Daimler CAReer Day und weitere Intensivierung des Kontakts zu Hochschulen.

VEREINBARKEIT VON ARBEITS- UND PRIVATLEBEN

Um die sich wandelnden Erwartungen der heutigen Generation von Arbeitnehmern zu berücksichtigen, müssen die Beziehungen zwischen Mitarbeitern und Unternehmen neu gestaltet werden. Nur so lässt sich die Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft der Beschäftigten langfristig sichern. Vor diesem Hintergrund ist es unser Ziel, zeitgemäße Möglichkeiten der Verzahnung von Arbeit und Privatleben zu einem prägenden Bestandteil unserer Unternehmenskultur zu machen. Über die vielfältigen heute bei Daimler praktizierten Wege – vom flexiblen Arbeiten bis hin zu den „sternchen“-Kinderkrippen – hinaus engagieren wir uns daher in einem zukunftsweisenden Forschungsprojekt zur Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben.

Das Forschungsprojekt „Work-Life-Balance (WLB) – Ausgeglichen! Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben“

Ziel des Projekts „Work-Life-Balance (WLB): Ausgeglichen!“ ist es, geeignete Rahmenbedingungen für die Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben zu identifizieren und aufzubauen. Hierzu gilt es zunächst, die Bedürfnisse verschiedener Mitarbeitergruppen zu erfassen. Auf dieser Basis sollen dann Instrumente und Prozesse entwickelt und praktikable Verfahren umgesetzt werden. Das Projekt gehört zu den strategischen HR-Initiativen der Daimler AG. Unser Bereich Health & Safety führt es gemeinsam mit der Abteilung Arbeits- und Organisationspsychologie der Universität Heidelberg in einer Laufzeit von dreieinhalb Jahren durch. Neben der Daimler AG als größtem Verbundpartner sind ein weiteres Industrieunternehmen (Siemens AG) sowie Organisationen aus dem öffentlichen Dienst (Stadt Fellbach), der Justiz (Landgericht Heidelberg) und der Hochschule (Universität Heidelberg) beteiligt. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert und vom Europäischen Sozialfonds (ESF) mitfinanziert. Projektträger ist das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR).

Das Vorgehen im Projekt lässt sich in vier Phasen unterteilen:

Projekt Work-Life-Balance

1	Theoretischer Rahmen	– Ableitung des theoretischen Rahmens für das Projekt (Bestimmung von Einflussgrößen auf WLB durch umfassende Literaturanalysen und Durchführung von Workshops)
2	Mess-instrumente	– Entwicklung eines Leitfadens für Telefoninterviews – Entwicklung von Mitarbeiterfragebogen – Konzeption einer Tagebuchstudie
3	Empirie	– Durchführung von Telefoninterviews – Durchführung von Erhebungen zu zwei Messzeitpunkten – Durchführung der Tagebuchstudie
4	Transfer	– Entwicklung der Toolbox „Management der WLB“ – Umsetzung der Erkenntnisse in die Unternehmenspraxis – Transfer der Erkenntnisse und Instrumente in Unternehmen und Organisationen

Aktuell geht es darum, die spezifischen Erwartungen, Konflikte und Bedürfnisse von Mitarbeitern und Führungskräften hinsichtlich der Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben zu ermitteln. Bei der Daimler AG waren 2010 rund 6.200 Mitarbeiter eingeladen, an der ersten anonymen Befragung zu diesem Thema teilzunehmen. Die Stichprobe setzte sich aus Führungskräften des Topmanagements, des mittleren Managements, aus Meistern sowie aus Mitarbeitern des Produktions- und des Angestelltenbereichs zusammen. Deutschlandweit wurde ein Großteil der Standorte der Daimler AG einbezogen. Der sehr hohe Rücklauf bei der ersten Befragung belegt das große Interesse und die Aktualität des Themas.

Flexibles Arbeiten – Gewinn für Mitarbeiter und Unternehmen

Für viele unserer Mitarbeiter ist es in bestimmten Lebensphasen wichtig, ihre Arbeitszeit flexibel gestalten zu können. Daimler geht es in diesem Zusammenhang nicht nur darum, Teilzeitmöglichkeiten für Mütter und Väter anzubieten, damit diese Beruf und Familie besser miteinander vereinbaren können. Vielmehr ist es unser Ziel, individuelle Lebenskonzepte, die auch die Vielfalt der Belegschaft widerspiegeln, zu fördern. Allein 2010 nahmen rund 500 Mitarbeiter eine Auszeit von 1 bis 5 Jahren, um sich weiter zu qualifizieren. Etwa 95 Prozent dieser Beschäftigten nutzen in der Regel ihre Wiedereinstellungszusage und kehren in den Daimler-Konzern zurück. Während Männer eine längere Freistellungsphase überwiegend für eine Weiterbildung oder Weltreise beantragen, nutzen Frauen Freistellungsphasen häufig zur Kinderbetreuung und kehren meist in Teilzeitarbeit zurück.

Arbeitszeitregelungen an den Standorten

An allen unseren Standorten vereinbaren wir die Arbeitszeitregelungen mit den Interessenvertretern unserer Mitarbeiter, wobei stets nationale und internationale Normen und Standards eingehalten werden. Für die deutschen Standorte der Daimler AG gelten die tariflichen Bestimmungen der Metall- und Elektroindustrie.

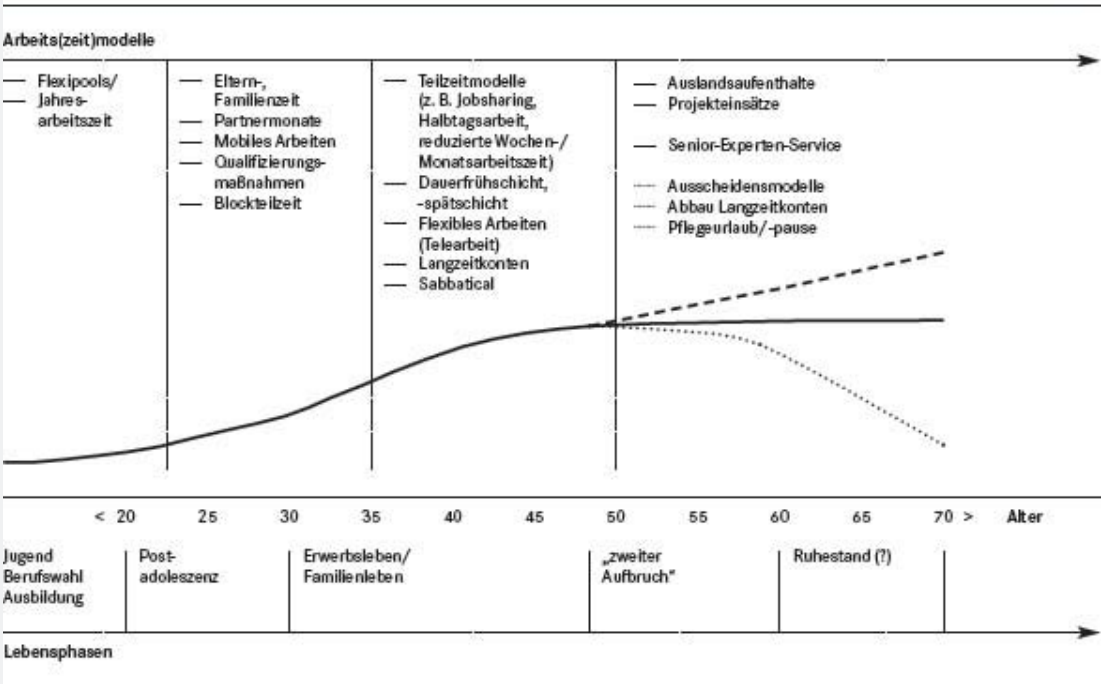
Derzeit beträgt die tarifliche wöchentliche Arbeitszeit 35 Stunden. Für einzelne Beschäftigtengruppen gilt – je nach den speziellen Aufgaben und Rahmenbedingungen – eine erhöhte Arbeitszeit, die jedoch 40 Stunden pro Woche nie übersteigt.

Unsere Mitarbeiter in der Produktion und in produktionsnahen Bereichen arbeiten meist im Schichtbetrieb, wobei wir in enger Abstimmung mit Arbeitsmedizinern, der Berufsgenossenschaft und den Sozialpartnern arbeitswissenschaftliche Erkenntnisse berücksichtigen. Die Mitarbeiter in der Verwaltung können Arbeitsbeginn und Arbeitsende sowie die tägliche Arbeitszeit im Rahmen attraktiver Gleitzeitmodelle weitestgehend mitgestalten.

Zukunftssicherung durch Flexibilität

Um dauerhaft Beschäftigung zu sichern, entwickeln wir das Instrumentarium der Arbeitszeitregelungen ständig weiter und engagieren uns in entsprechenden Gremien und Verbänden. Unser Ziel ist es, die größtmögliche zeitliche, räumliche und inhaltliche Flexibilität zu erreichen. Dazu führen wir gemeinsam mit Partnern aus Wissenschaft und Politik Forschungsprojekte – so beispielsweise eine Studie zur Flexibilität von HR-Instrumenten – durch und beteiligen uns an der Initiative zur Überarbeitung der europäischen Arbeitszeitrichtlinie. Weiter haben wir speziell im Blick auf neue, grüne Technologien zukünftige Handlungsfelder für die HR-Arbeit identifiziert und bearbeiten diese in verschiedenen Arbeitspaketen. Um die spezifische Wirkung der Elektrifizierung des Antriebsstrangs auf die Beschäftigung und die jeweilige Standortumgebung zu untersuchen, wird die ELAB-Studie durchgeführt, die Daimler mitfinanziert.

Lebensphasenorientierte Arbeits(zeit)modelle



„sternchen"-Kinderkrippen – mehr Chancen für Mütter

An allen 14 deutschen Daimler-Produktionsstandorten richten wir derzeit unsere „sternchen" ein. Die Kinderkrippen verhelfen unseren Mitarbeitern zu mehr Flexibilität in der Gestaltung ihres Alltags. Sie sind zugleich unerlässlich, um mehr Frauen mit Kindern – aber auch erziehenden Männern – den Weg in

Führungspositionen zu öffnen und damit Diversity-Management glaubhaft und nachhaltig im Unternehmen zu verankern.

MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

Regelmäßige Befragungen zur Messung der Mitarbeiterzufriedenheit sind für Daimler ein wichtiges Instrument der Führungs- und Organisationsentwicklung. Wir führen sie im Gesamtunternehmen, in Konzerngesellschaften und ergänzend auch in einzelnen Unternehmensbereichen durch. Bei konzernweiten Befragungen setzen wir weltweit standardisierte Methoden ein. Kerninhalte sind die Verbundenheit und Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen, ihre Zufriedenheit mit der Arbeits- und Führungssituation – diese Ergebnisse fließen in den Employee Commitment Index (ECI) ein – sowie ihre Vertrautheit mit unseren Unternehmenswerten und Compliance-Regelungen. Im September 2010 haben wir erneut eine weltweite Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Die hohe Rücklaufquote von 72 Prozent zeigt, dass die Befragung als Element der Daimler-Feedbackkultur akzeptiert ist. Der ECI-Wert erreichte 64 Punkte, eine Steigerung um 10 Prozent gegenüber der letzten konzernweiten Befragung 2007. Im externen Benchmarkvergleich liegt Daimler damit über dem Durchschnitt.

Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung 2010

Bei den unternehmensweiten Themen Daimler Excellence, Unternehmenswerte und Compliance zeigt sich eine erneute Verbesserung der Ergebnisse. Auch nach Einschätzung der Mitarbeiter sind diese Themen damit schon sehr weitgehend im Unternehmen umgesetzt. Die Bewertungen in den Bereichen Führungsverhalten und Leistungsmanagement sind über alle Belegschaftsgruppen stark gestiegen. Die Maßnahmen, die wir im Blick auf Handlungserfordernisse nach der Befragung 2007/2008 umgesetzt hatten, zeigten demnach Erfolg.

Insgesamt haben wir damit trotz der unsicheren Wirtschaftsentwicklung deutliche Fortschritte in der Leistungsbereitschaft wie auch der Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter erreicht. Der ECI-Wert erreichte 64 Punkte, eine Steigerung um 10 Prozent gegenüber der letzten konzernweiten Befragung im Jahr 2007. Im externen Benchmarkvergleich liegt Daimler damit über dem Durchschnitt. Um diese Entwicklung weiter fortzusetzen, bauen wir künftig auf zwei Steuerungsinstrumente:

1. die kontinuierliche Messung des Employee Commitment durch die jährliche Konzernmitarbeiterbefragung; dabei folgt auf die Vollbefragung „Daimler Employee Survey“ im Herbst 2011 die Stichprobenbefragung „Daimler Pulse Check“ im Herbst 2012,
2. die Festlegung mittelfristiger Zielwerte für die Entwicklung des ECI-Wertes in den Divisionen und Funktionalressorts.

DIVERSITY-STRATEGIE UND -ORGANISATION

Unterschiedlichkeit fördern, Verbindungen schaffen, Zukunftsfähigkeit gestalten – mit dieser Maxime bekennt sich Daimler zu Vielfalt und Diversity-Management. Diversity-Management ist für uns ein Erfolgsfaktor, unter sozialen wie auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten. Denn nur wenn vielfältige Kompetenzen und Talente im Unternehmen zusammenwirken, kann dieses ein sicheres Gespür für Zukunftsmärkte entwickeln. Diversity-Management bedeutet auch, auf die unterschiedlichen Gegebenheiten an den verschiedenen Standorten der Welt, in denen wir tätig sind, gemäß dem Motto „Think global - act local“ einzugehen.

Um der strategischen Bedeutung von Diversity gerecht zu werden, hat Daimler bereits 2005 Diversity-Management als Linienaufgabe etabliert und eine Diversity-Organisation aufgebaut. Diese setzt sich aus Global Diversity Council (GDC), dem Global Diversity Office (GDO) und den Diversity Officers in den Geschäftsbereichen zusammen. Das GDC besteht aus Vorstandsmitgliedern und hochrangigen Führungskräften. Als Entscheidungsgremium legt es auf Basis der vom GDO erarbeiteten strategischen Ausrichtung Maßnahmen zur Einführung und nachhaltigen Verankerung von Diversity-Management fest. Diese werden in Zusammenarbeit mit den Diversity Officers der Geschäftsbereiche, den Führungskräften sowie den Personalbereichen umgesetzt.

Handlungsfelder und Ziele unseres Diversity-Managements. Als ersten Handlungsschwerpunkt haben wir die Förderung von Frauen in Führungspositionen gewählt (Gender Diversity). Bis 2020 wollen wir den Anteil von Frauen in leitenden Führungspositionen bis 2020 weltweit auf 20 Prozent steigern. Wir verfolgen dieses anspruchsvolle Ziel im Sinne eines evolutionären Prozesses. Verschiedene Betriebsvereinbarungen, die die Handlungsfelder Chancengleichheit abdecken, bilden die Basis hierfür. Entgeltunterschiede zwischen Männern und Frauen gibt es bei Daimler nicht. Das Prinzip „Gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit“ ist in unseren Grundsätzen zur sozialen Verantwortung sowie in einer Gesamtbetriebsvereinbarung festgeschrieben.

Daneben richten wir den Blick auf viele weitere Facetten der Vielfalt. Hierzu gehören Themen wie Generationenmanagement und Internationalität. Bei all dem setzen wir auf ein Maßnahmenbündel, das neben speziellen Fördermaßnahmen für Frauen auch Initiativen für alle Führungskräfte sowie die gesamte Belegschaft umfasst.

Erhöhung des Frauenanteils. Bereits seit 2001 gilt die Betriebsvereinbarung, die Zielkorridore für den Anteil von Frauen in allen Tätigkeitsbereichen der Tarifbeschäftigten vorgibt. Die Unternehmensleitung hat darüber hinaus Zielkorridore zur Erhöhung des Anteils von Frauen in leitenden Führungspositionen festgelegt.

Anteil der Frauen in der Daimler AG

Angaben in Prozent	Stand 31.12.2008	Stand 31.12.2009	Stand 31.12.2010	Zielkorridore der BV (2006–2010)
Belegschaft	12,9	13,1	13,5	12,5-15
Angestellte	24,1	24,2	24,3	-
Ausbildung	20,2	20,7	20,6	20-24
Gewerblich-technische Berufsausbildung	11,2	11,7	11,3	11-14
Führungsfunktion Ebene 4	11,2	11,7	12,4	10-14
Anteil der Frauen in leitenden Führungspositionen	7,8	8,3	8,9	

Anteil der Frauen im Daimler-Konzern

Angaben in Prozent	Stand 31.12.2008	Stand 31.12.2009	Stand 31.12.2010
Belegschaft	14,6	14,9	15,2

Angaben in Prozent	Stand 31.12.2008	Stand 31.12.2009	Stand 31.12.2010
Arbeiter	5,7	4,9	5,5
Angestellte	25,4	25,9	26,4
Ausbildung	20,1	20,4	21,1
Führungsfunktion Ebene 4	11,9	12,3	13,0
Leitende Führungspositionen	7,6	8,0	9,0

Beschäftigungsquote für schwerbehinderte Menschen. In den vergangenen Jahren stieg die Beschäftigungsquote schwerbehinderter Menschen bei der Daimler AG leicht an, obwohl die Zahl der Beschäftigten zurückging. Im Jahr 2009 betrug der anrechenbare Gesamtumsatz im Rahmen der Zusammenarbeit mit Behindertenwerkstätten und diesen gleichgestellten Werkstätten 25,6 Mio. Euro. Davon hätten bei einer nicht ausreichenden Quote 4,2 Mio. Euro berücksichtigt werden können.

Beschäftigungsquote für schwerbehinderte Menschen

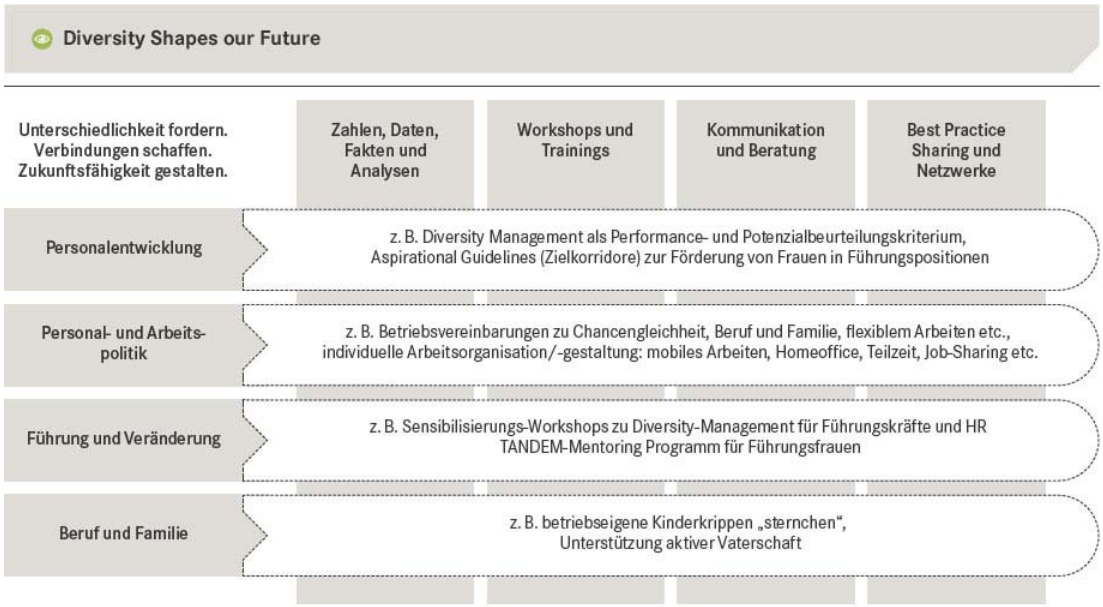
Angaben in Prozent jeweils zum 31.12.	2008	2009	2010
Beschäftigungsquote	5,34	5,44	5,74

Diversity-Management als Kriterium zur Leistungsbeurteilung. Die Förderung von Diversity-Management zählt zu den Beurteilungskriterien bei der jährlichen Leistungs- und Potenzialbewertung unserer Führungskräfte. Der regelmäßige Austausch zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern unterstützt einen flächendeckenden Kompetenzaufbau: Diversity-Management soll als Teil des „genetischen Codes“ unseres Unternehmens zur Selbstverständlichkeit werden.

Charta der Vielfalt. Auch im Jahr 2010 haben wir uns für die Charta der Vielfalt engagiert, die wir im Dezember 2006 gemeinsam mit der Bundesregierung, der Deutschen Bank, der Deutschen Telekom und der Deutschen BP ins Leben riefen. Mit ihrer Gründung haben wir unser Bekenntnis zu Diversity-Management unterstrichen. Wir stellen uns den damit verbundenen Herausforderungen und regen den gesellschaftlichen Diskurs darüber an. Mittlerweile haben weit über 600 Unternehmen, Verbände, Kommunen und Vereine die Charta unterzeichnet.

MAßNAHMEN, PROGRAMME UND INITIATIVEN

Mit großem Engagement haben wir in den letzten Jahren unser Ziel verfolgt, bis 2010 im Diversity-Management zu den angesehensten Automobilunternehmen in Deutschland zu gehören. Vielfältige Aktivitäten und Initiativen – von Diversity-Workshops und Mentoringprogrammen bis hin zu Mitarbeiternetzwerken – haben dazu beigetragen, dass wir dieses Ziel erreichen konnten.


Diversity Shapes our Future
Unterschiedlichkeit fordern. Verbindungen schaffen. Zukunftsfähigkeit gestalten.
Zahlen, Daten, Fakten und Analysen
Workshops und Trainings
Kommunikation und Beratung
Best Practice Sharing und Netzwerke
Personalentwicklung
z. B. Diversity Management als Performance- und Potenzialbeurteilungskriterium, Aspirational Guidelines (Zielkorridore) zur Förderung von Frauen in Führungspositionen
Personal- und Arbeits-politik
z. B. Betriebsvereinbarungen zu Chancengleichheit, Beruf und Familie, flexiblem Arbeiten etc., individuelle Arbeitsorganisation/-gestaltung: mobiles Arbeiten, Homeoffice, Teilzeit, Job-Sharing etc.
Führung und Veränderung
z. B. Sensibilisierungs-Workshops zu Diversity-Management für Führungskräfte und HR
TANDEM-Mentoring Programm für Führungsfrauen
Beruf und Familie
z. B. betriebseigene Kinderkrippen „sternchen“, Unterstützung aktiver Vaterschaft

Diversity-Workshops für Führungskräfte

Seit der Einführung von Diversity-Management bieten wir für alle Führungskräfte Trainings an, die sie für das Thema sensibilisieren. In den Workshops lernen sie die Strategie des Diversity-Managements kennen und erfahren, wie sie Diversity-Ziele im täglichen Führungshandeln umsetzen können. Bis Ende 2010 nahmen rund 4.400 Führungskräfte an Diversity-Workshops teil. Wir haben die Workshops im Berichtsjahr auch auf den gewerblichen Bereich ausgeweitet. So wurden zu Diversity-Themen geschulte Meister als Multiplikatoren eingesetzt, damit sie ihre Kollegen in Eigenregie weiterbilden. Auf diese Weise ist es uns gelungen, Diversity-Management auch in einem Bottom-up-Prozess zu etablieren.

TANDEM-Mentoringprogramm

Unser konzernweites, divisionenübergreifendes TANDEM-Mentoringprogramm hilft Frauen, im Management sichtbarer zu werden, sich besser zu vernetzen und von den Erfahrungen ihrer Kollegen zu lernen. Bisher haben rund 900 Mentees und Mentoren an dem einjährigen Programm teilgenommen. Eine Untersuchung, die die Initiative „Neue Qualität der Arbeit“ des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales in unserem Hause durchführte, hat gezeigt, dass das Mentoringprogramm das Verständnis zwischen Frauen und Männern fördert. Vor allem aber ermutigt es die Mentees nachweislich, höhere Führungspositionen anzustreben.

Förderung weiblicher Fach- und Führungskräfte

Über Initiativen wie das TANDEM-Mentoringprogramm hinaus verfolgen wir vielfältige regelmäßige Aktivitäten, um weibliche Fach- und Führungskräfte zu gewinnen und zu fördern. So sprechen wir bei Hochschulmessen gezielt Frauen an und stellen bewusst Frauen in Ingenieurberufen ein. Außerdem organisieren wir Kamingespräche, beschäftigen uns besonders mit Potenzialträgerinnen und bieten spezielle Schulungen für Frauen an. So sind beispielsweise ein Drittel der Trainees, die wir für unser Trainee-Programm CAReer einstellen, weiblich.

Mitarbeiter-Netzwerke

Diversity-Management wird bei Daimler auch im Arbeitsalltag gelebt. Dies beweisen verschiedene Netzwerke, die Mitarbeiter zu diesem Thema in den letzten Jahren gegründet haben. Sie werden auch vom Unternehmen unterstützt. Unsere Netzwerkkulturen sind mittlerweile ein elementarer Bestandteil von Diversity-Management bei Daimler. Wir laden alle Mitarbeiter ein, sich dort einzubringen.

Veranstaltungen und Auszeichnungen

Mit unserer 4. Konferenz „Wirtschaftsfaktor Vielfalt im Unternehmen“ haben wir 2010 den Austausch mit anderen Unternehmen zu diesem Thema weiter vertieft.

Seit 2009 sind wir im genderdax vertreten. Auch 2010 haben zudem Daimler-Werke erfolgreich am Audit berufundfamilie® teilgenommen.

Im Jahr 2011 werden wir unsere vielfältigen Aktivitäten zu Diversity-Management weiter vorantreiben. Darüber hinaus werden wir uns noch stärker der internationalen Ausrichtung von Diversity-Management widmen.

AUSBILDUNG

Die betriebliche Ausbildung ist für uns eine Investition in die Zukunft unseres Unternehmens. Deshalb bauen wir die zukunftsorientierten Ausbildungsberufe weiter aus. Gleichzeitig haben wir unsere Ausbildungszahlen dem aktuellen Bedarf angepasst. Ende 2010 beschäftigte Daimler weltweit 8.841 Auszubildende (2009: 9.151, 2008: 9.603, 2007: 9.300). In Deutschland haben wir insgesamt 2.034 Auszubildende (2009: 2.341, 2008: 2.500, 2007: 2.600) eingestellt.

Das Daimler-Ausbildungssystem (DAS). Das 2008 eingeführte Daimler-Ausbildungssystem (DAS) ermöglicht es unseren Mitarbeitern, auch zukünftige Anforderungen flexibel zu meistern. Ziel des DAS ist es, die hohe Qualität und Effizienz der Berufsausbildung der Daimler-Werke in Deutschland zu sichern und technische Neuerungen schnell in die Ausbildung einfließen zu lassen. Für die technischen Berufsbilder ist das DAS abgeschlossen. Aktuell erweitern wir das System für die kaufmännische Berufsausbildung der Daimler-Werke sowie für die Bereiche Sales & Financial Services der Daimler AG. Auf Basis des DAS haben wir zudem eine Datenbank für die internationale Berufsausbildung aufgebaut, das Daimler Vocational Training System (DVTS).

Mehr zum DAS

Dem Daimler-Ausbildungssystem (DAS) liegt das Modell der vollständigen Handlung zugrunde. Es gliedert sich in die Schritte Information, Planung, Entscheidung, Ausführung, Kontrolle und Bewertung. Dabei erhalten die Auszubildenden Arbeitsaufträge und Leitfragen zur Planung der einzelnen Aufgabenschritte in einem Arbeitsfolgeplan. Situative Gespräche mit den Ausbildern helfen ihnen, ihre Entscheidungsfähigkeit und ihr Handeln zu reflektieren und zu optimieren. Hierbei bringen wir ihnen unterschiedliche Methoden des Lernens nahe: Sie arbeiten im Rahmen von Projekt- oder Realaufträgen, lernen in Kleingruppen und recherchieren eigenständig Informationen.

Ein integraler Bestandteil des DAS ist das Daimler-Ausbildungsportal (DAP), eine Arbeits- und Kommunikationsplattform für unsere Auszubildenden und Ausbilder. Derzeit befindet es sich im Projektstatus.

Internationale Ausbildungsarbeit. Im Rahmen unserer internationalen Ausbildungsarbeit unterstützen wir unsere Ausbildungszentren in aller Welt mit Ausbildungsmaterialien, -methoden und Qualifizierungsprogrammen für die Ausbilder. Von dieser Arbeit profitieren nicht nur unsere ausländischen Partner und deren Kunden, sie leistet auch einen wertvollen sozialen und gesellschaftlichen Beitrag in Ländern wie China, Saudi- Arabien und Sri Lanka.

Internationale Ausbildungsprojekte

- **Saudi-Arabien:** Die saudische Regierung hat ein Programm zur Integration junger Saudis in die Privatwirtschaft aufgelegt. Gemeinsam mit unserem Generalvertreter in Saudi-Arabien, der E. A. Juffali & Brothers Ltd., unterstützen wir dieses Vorhaben durch den Bau eines neuen Ausbildungszentrums in Jeddah.
- **Sri Lanka:** Nach der Befriedung der nordöstlichen Provinzen in Sri Lanka hat unser Generalvertreter Dimo (Diesel and Motor Engineering Company) mit unserer Unterstützung in Jaffna ein weiteres Ausbildungszentrum errichtet. Seit einem Jahr werden dort jährlich 16 Kfz-Mechaniker ausgebildet.
- **China** ist der bedeutendste Absatzmarkt für die S-Klasse – und auf dem Weg, der größte Automobilmarkt der Welt zu werden. Um sicherzustellen, dass die Wartungs- und Pflegeintervalle unserer Fahrzeuge eingehalten werden, brauchen unsere chinesischen Niederlassungen qualifizierte Kräfte. Damit gewinnt der Ausbildungsberuf des Kfz-Mechatronikers weiter an Bedeutung. Zusätzlich zu den drei bestehenden Ausbildungsstandorten Peking, Shanghai und Guangzhou planen wir daher Ausbildungsstätten in acht weiteren Städten.

Grüne Technologien setzen Trends in Ausbildung und Qualifizierung

Grüne Technologien prägen heute den automobilen Fortschritt. Daimler will den Wandel hin zu umweltverträglicheren Fahrzeugen aktiv mitgestalten und sich technologisch an die Spitze der Entwicklung setzen. Dies kann nur gelingen, wenn wir unsere Mitarbeiter intensiv auf die neuen Anforderungen vorbereiten.

Die Kompetenzsicherung im Bereich grüner Technologien hat für uns deshalb höchste Priorität. Um hierfür praxisgerechte Lösungskonzepte zu erarbeiten, analysieren wir die Konsequenzen der Entwicklung hin zur „grünen“ Mobilität und leiten daraus Kompetenzanforderungen an unsere Beschäftigten ab. Auf dieser Basis planen wir, von 2010 bis 2013 rund 32.000 Mitarbeiter in Deutschland und weitere 21.000 im gesamten Konzern bedarfsgerecht zu qualifizieren. Das betrifft Spezialisten im Entwicklungsbereich genauso wie Auszubildende und Studenten der dualen Hochschulen.

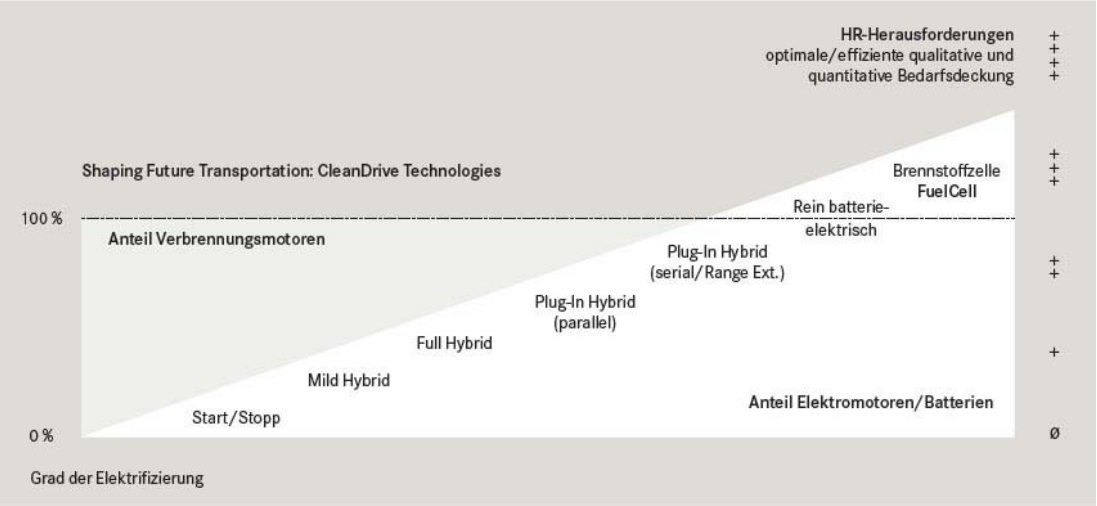
Um unseren Mitarbeitern in Forschung und Entwicklung ein hohes Kenntnisniveau auf dem Gebiet grüner Technologien zu vermitteln, stellen wir umfangreiche Ressourcen für Qualifizierungsmaßnahmen bereit. Mit über 40 Veranstaltungen und mehr als 3.000 Teilnehmern haben wir 2010 erfolgreich begonnen, unsere „grünen“ Forschungs- und Entwicklungskompetenzen weiter auszubauen.

Im Ausbildungsbereich sind die Ausgangsbedingungen recht unterschiedlich. So ist in Werken wie Sindelfingen, wo der S 400 Hybrid gebaut wird, vieles schon Routine, qualifizierte Montagearbeiter sind im Einsatz. In anderen Werken steht die Veränderung dagegen erst an. Um sie voranzutreiben, haben wir bedarfsgerechte und pragmatische Lösungen entwickelt.

So können sich Auszubildende neben ihrem regulären Abschluss zum Beispiel zur „Fachkraft für Hochvolt-Systeme in Kraftfahrzeugen“ qualifizieren lassen. Möglich macht dies ein standardisiertes Konzept, das in das Daimler-Ausbildungssystem (DAS) integriert wurde. Der „Berufemix“ für die technische Ausbildung wird an unseren Standorten gezielt weiter entwickelt. In diesem Zusammenhang erhöhte sich der Anteil unserer Ausbildungsplätze in Elektro- und elektromechanischen Berufen im Jahr 2010 auf knapp 50 Prozent.

Außerdem haben wir 2010 im Rahmen des DAS ein neues, flexibles Qualifizierungskonzept zu grünen Technologien eingeführt. Es vermittelt den Auszubildenden das nötige technische Hintergrund- und Sicherheitswissen für die Produktion der neuen Antriebssysteme von Mercedes-Benz. Parallel dazu erweitern wir auch die technischen Studiengänge der dualen Hochschulen nach und nach um zusätzliche Module und Inhalte, die alternative Antriebe und speziell die stärkere Elektrifizierung der Fahrzeuge in den Mittelpunkt stellen.

Die Entwicklung neuer Technologien ändert die Handlungsnotwendigkeiten und -spielräume für HR



QUALIFIZIERUNG

Qualifizierung ist der Schlüssel zu Erfolg und Entwicklung. Das gilt für das Unternehmen wie für jeden einzelnen Mitarbeiter. Bei unseren umfangreichen Qualifizierungsaktivitäten berücksichtigen wir die Belange des Konzerns ebenso wie die beruflichen und individuellen Bedürfnisse unserer Beschäftigten.

Qualifizierung	2008	2009	2010
Investitionen in Mio. Euro	270	207	202
Qualifizierungstage pro Mitarbeiter/Jahr	4,4	2,4	2,3

Unsere Gesamtbetriebsvereinbarung Qualifizierung zielt darauf ab, die betriebliche Weiterbildung zu fördern und zu regeln, wobei der Schwerpunkt auf der Qualifizierung zur Anpassung und Erhaltung und Weiterentwicklung von Kompetenzen liegt. Die Vereinbarung ermöglicht es uns, auch unter wachsendem Kostendruck eine zielgerichtete Qualifizierung sicherzustellen. Dies geschieht, indem wir die fachlichen und persönlichen Kompetenzen unserer Mitarbeiter in sechs Themenbereichen, orientiert an den Produktionsentwicklungs- und Unterstützungsprozessen, gezielt weiterentwickeln:

- Fahrzeugentwicklung – zuständig: Technik-Akademie Research & Development
- Produktion (produktionsbezogene Fachqualifizierung und Qualifizierung von Führungskräften auf Meisterebene) – zuständig: lokale Qualifizierungsbereiche an den Produktionsstandorten
- Vertrieb und Kundendienst – zuständig: Global Training
- Führungs- und Fachkompetenzen für die Bereiche Finanzen, Human Resources, Einkauf und IT – zuständig: Daimler Corporate Academy (DCA)
- Lean Management – zuständig: Qualifizierungsbereiche der Divisions und Werke zu Lean Management
- Compliance – zuständig: Corporate Compliance Organisation und Daimler Corporate Academy.

Die genannten Qualifizierungsbereiche sind über das Daimler Corporate Qualification Council vernetzt und stimmen die strategischen Handlungsfelder miteinander ab, so etwa beim Thema „Green Qualification“, bei dem alle Bereiche ihre jeweilige Mitarbeiter-Zielgruppe mit den erforderlichen Kompetenzen ausstatten.

Qualifizierung

Im Rahmen der jährlich durchgeführten Qualifizierungsgespräche werden mit den Mitarbeitern Qualifizierungsthemen und damit verbunden konkrete Qualifizierungsmaßnahmen auf Basis der gesetzten strategischen und operativen Bildungsbedarfe besprochen und vereinbart. Durch eine jährlich durchgeführte Datenerhebung (Daimler AG Deutschland) wird die durchschnittliche jährliche Stundenzahl pro Mitarbeiter festgestellt. Für das Jahr 2011 wird erstmals ein Zielwert bestimmt, die ein Mitarbeiter im Jahr 2011 aus- oder weitergebildet werden sollte.

Daimler investierte 2010 in Deutschland 202 Mio. Euro in Trainings- und Qualifizierungs-maßnahmen (2009: 207 Mio. Euro). Die durchschnittlichen Qualifizierungstage 2010 je Mitarbeiter betrugen 2,3 Tage (2009: 2,4 Tage). die durchschnittlichen Qualifizierungsstunden 2010 je Mitarbeiter betrugen 16,1 Std. (2009: 16,8 Std)

Lebenslanges Lernen und Wissensmanagement gehören zur Qualifizierungs- und Arbeitsphilosophie des Konzerns und sind in den Arbeitsalltag und in die verschiedenen Weiterbildungsangebote eingebettet.

Dies bedeutet, dass die Integration neuer Technologien ein wesentlicher Stellhebel für eine leistungsfähige und moderne Qualifizierungslandschaft ist. Voraussetzung hierfür ist die Entwicklung einer innovativen Lernarchitektur für eine zukunftsorientierte Personalentwicklung. Unsere Lernarchitektur stützt sich dabei auf 6 Elemente:

1. Mitarbeiter befähigen,
2. Methoden weiter entwickeln,
3. Führungssysteme anpassen,
4. Infrastruktur ausbauen,

5. Ergebnisse messen und
6. Lernkultur etablieren.

Unser Bestreben ist es, die Mitarbeiter auf ihrer Laufbahn zu begleiten und ihnen Qualifizierungsangebote in neuen Lernräumen und -methoden anzubieten. Die Integration neuer Technologien (von E-Vorlesungen bis hin zu interaktivem E-Learning) in Bestehendes gilt es dabei kontinuierlich und nachhaltig voranzutreiben.

Daneben bietet unsere Corporate Academy unseren Mitarbeitern eine Qualifizierung zur beruflichen Orientierung an, diese Qualifizierung ermöglicht es, ihren bisherigen Lebens- und Berufsverlauf zu reflektieren und beruflich und privat neue Ziele ins Auge zu fassen. Zudem bieten wir Führungskräften die Chance, sich, wenn gewünscht auch mit dem Partner/der Partnerin, auf den Ruhestand vorzubereiten. In den Seminaren bieten wir unter anderem Informationen und Beratung zur materiellen Versorgung im Ruhestand.

Maßnahmen und Strukturen zur Qualifizierung in Fahrzeugentwicklung, Produktion sowie Fach- und Führungsbereich

1. Qualifizierung in der Fahrzeugentwicklung: Daimler Green Strategy und Kompetenzmanagement

Technologieführerschaft verlangt eine ständige Weiterqualifizierung der Beschäftigten in Konzernforschung und Pkw-Entwicklung. Ziel unserer Technik-Akademie Research & Development ist es, die fachliche Kompetenz der Mitarbeiter immer auf dem neuesten Stand zu halten und weiterzuentwickeln.

Eine besondere Bedeutung hat dabei die Qualifizierung der Mitarbeiter im Blick auf die „Daimler Green Strategy“. Diese beschreibt für die Unternehmensbereiche Mercedes-Benz Cars, Vans, Trucks und Buses die Ziele und Stoßrichtungen für Produkte und Prozesse im Sinne der Daimler-Mission „Shaping the future of safe and sustainable mobility“. Für jeden Unternehmensbereich sind technische und organisatorische Maßnahmen dargestellt, die umzusetzen sind, um die Herausforderungen einer nachhaltigen Mobilität der Zukunft zu meistern. Daimler will damit nicht nur seiner gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden, sondern sich auch die Führungsrolle im automobilen Wettbewerb sichern. Die Technik-Akademie konzipiert und steuert unter anderem die im Rahmen der Daimler Green Strategy zu vermittelnden Themen in den Bereichen Pkw, Lkw, Vans und Busse.

Ein weiteres wichtiges Thema ist das Kompetenzmanagement. Unser Steuerungsinstrument für die Entwicklung und das Management von Kompetenzen in Forschung und Entwicklung ist „eSkill 2.0“. Im Jahr 2010 hat die Technik-Akademie R&D eSkill optimiert und den Nutzen des Tools weiter erhöht.

Mit dem „Experten-Campus“ bietet die Technik-Akademie R&D darüber hinaus eine Plattform an, um komplexe Fragestellungen aufzubereiten. Mitarbeiter und Führungskräfte mit hoher Expertise lernen im Dialog mit Kollegen und externen Referenten aus Wirtschaft und Wissenschaft. 2010 ging es zum Beispiel beim „CO_2-Campus“ um Szenarien rund um die CO_2-Emissionsvorgaben der EU für das Jahr 2020.

Mehr zu grünen Technologien in Ausbildung und Qualifizierung finden Sie hier.

2. Qualifizierung im Produktionsbereich: Meisterqualifizierung und Qualifizierungsberatung an den Standorten

Im Produktionsbereich spielen die Meister eine entscheidende Rolle bei der Sicherstellung der Herstellungsprozesse. Das wichtigste Ziel eines Meisters ist es, die Produktionsziele hinsichtlich Menge, Qualität, Termin und Wirtschaftlichkeit zu erreichen. Der Schwerpunkt seiner Arbeit liegt auf der Planung und Steuerung des Teilprozesses der Produktion, für den er zuständig ist, und auf dem adäquaten Einsatz seiner Mitarbeiter. Damit gehört auch die Mitarbeiterentwicklung zu seinen Aufgaben. Vor diesem Hintergrund ist die

Entwicklung von Mitarbeitern auf die Funktion des Meisters hin ein elementarer Teil unserer Qualifizierungsprogramme, zumal die Meisterfunktion auch eine wichtige Säule unseres Führungssystems darstellt.

3. Qualifizierung in der weltweiten Vertriebsorganisation

Als globaler Trainingsdienstleister sichert und steigert Global Training die Handlungskompetenz in der weltweiten Mercedes-Benz Vertriebsorganisation. Aktuell, schnell, breit gestreut und zeitgleich wird das Know-how an die Mitarbeiter der Vertriebsorganisation weltweit weitergegeben. Um dies alles zu erreichen, werden die Trainingskonzepte in enger Zusammenarbeit mit Forschung und Entwicklung, den Geschäftsbereichen und Märkten entwickelt. Ein breites Angebotsspektrum an Managementtraining, Sales- und Markentraining, technischem Produkttraining und Training zu Prozessen und Systemen bietet maßgeschneiderte Qualifizierung für alle Zielgruppen in den verschiedenen Vertriebsstufen. In einem einzigartigen Netzwerk mit 120 Trainingsstandorten in 84 Märkten arbeiten weltweit 650 Trainer daran, jährlich über 150.000 Teilnehmer zu qualifizieren. Allein in Stuttgart-Vaihingen werden bis zu 450 Teilnehmer täglich in den Bereichen Sales, Management und After-Sales trainiert.

4. Angebote zur Methoden-, Fach- und Führungskompetenz: die Daimler Corporate Academy (DCA)

Unter dem Dach der Daimler Corporate Academy haben wir unsere Angebote in drei Bereichen zusammengefasst:

- Führungskräftequalifizierung,
- fachliche Qualifizierung für die Funktionen Finanzen, Einkauf und Personal,
- überfachliche Qualifizierung.

Durch diese Bündelung werden unsere Mitarbeiter durch effiziente Lernarchitekturen weltweit nach einheitlichen Daimler-Standards qualifiziert. Nach einem Rückgang im Krisenjahr 2009 haben wir das Qualifizierungsvolumen 2010 wieder erhöht. So nahmen im Berichtsjahr rund 1.700 Führungskräfte aus über 60 Standorten an Führungskräftequalifizierungen teil. Für rund 8.700 Mitarbeiter führten wir fachliche Qualifizierungen durch. Im Bereich der überfachlichen Qualifizierung fanden deutschlandweit etwa 700 Veranstaltungen mit mehr als 6.700 Teilnehmern statt. Im Jahr 2011 werden wir weiter daran arbeiten, die Themen Ethik und Compliance als festen Bestandteil in unser Qualifizierungsangebot zu integrieren.

Die Qualifizierung von Führungskräften ist ein elementarer Teil der Personalentwicklung. Jedes Jahr erstellt die Daimler Corporate Academy (DCA) dazu ein integriertes und durchgängiges Gesamtprogramm für den Konzern. Unabhängig vom jeweiligen Standort erhalten unsere Führungskräfte auf diese Weise weltweit dieselben Angebote in derselben Qualität, in vielen Ländern an die jeweilige Landessprache angepasst.

So bereiten wir zum Beispiel die 700 alljährlich neu ernannten Führungskräfte der Ebene 4 in einem gemeinsamen Programm auf ihre neue Rolle vor. Im Rahmen von „Divison Days“ werden hierbei regionale Gegebenheiten sowie geschäftsfeldspezifische Themen berücksichtigt. Dazu gehören auch alle relevanten Informationen zu den Themen Diversity, Unternehmenswerte, Ethik und Compliance.

Als Mitglied der Globally Responsible Leadership Initiative (GRLI) beteiligt sich die DCA auch an der Weiterentwicklung von Bildungsanforderungen und konzepten für die nächste Führungsgeneration, die im Sinne einer weltweiten Verantwortlichkeit nachhaltig handeln soll. Dieses Engagement hilft uns, die zukünftige Führungskräfteentwicklung in unserem Unternehmen zu gestalten, indem wir die Ergebnisse der Zusammenarbeit in unseren Daimler-Leadership-Programmen umsetzen.

Mehr zu GRLI finden Sie unter www.grli.org.

Coaching zur persönlichen Weiterentwicklung

Für die ergänzende individuelle Weiterentwicklung der Führungskräfte setzen wir vermehrt das persönliche Coaching ein. Dazu haben wir einen weltweiten Coachingpool eingerichtet, in dem interne und externe Coaches auf Basis einer standardisierten Qualitätsprüfung registriert sind. Dies macht geeignete Coaches schnell verfügbar, sichert eine einheitliche Qualität und erhöht die Transparenz von Vertragsbedingungen.

Leistungsbewertung, Entwicklungsplanung und Potenzialmanagement

Basis unserer Führungskräfteentwicklung und unseres Potenzialmanagements ist die Leistungsbeurteilung im Rahmen des Führungsprozesses LEAD. Gestützt auf etablierte Standards ermöglicht er es, Führungskräfte und Mitarbeiter individuell zu fördern, unsere Managementressourcen zu steuern und die Beschäftigten noch stärker an das Unternehmen zu binden. Grundlage für die Bewertung der Führungskräfte sind unsere Leadership Behaviors, die die Daimler-Excellence-Kultur in der Praxis verankern und messbar machen. Die Themen Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung sind u. a. in folgenden Verhaltensbeschreibungen der „Leadership Behaviors“ enthalten:

- handelt verantwortlich gegenüber der Gesellschaft, der Umwelt und wichtigen Interessengruppen,
- orientiert eigene Entscheidungen und Zielerreichung an Nachhaltigkeit,
- (...) sorgt für die nachhaltige Weiterentwicklung des eigenen Bereichs,
- trifft Entscheidungen orientiert an ethischen Maßstäben und Standards, der Verhaltensrichtlinie des Unternehmens und gesetzlichen und unternehmensinternen Regelungen.

Die Weiterentwicklung unserer Beschäftigten folgt individuellen Entwicklungsplänen. Mitarbeiter mit Potenzial für die nächsthöhere Ebene identifizieren wir im Rahmen von LEAD und fördern sie mit entsprechenden Qualifizierungsmaßnahmen.

5. Angebote zu Lean Management

Lean Management

Unsere Produktionssysteme in unseren Pkw-, Truck- und Buswerken (MPS – Mercedes-Benz Produktionssystem, TOS – Truck-Operational-System, BOS – Bus-Operational-System) stellen in unseren Produktionsprozessen kontinuierliche und nachhaltige Optimierungen sicher.

Nachhaltigkeit in den Verwaltungsprozessen ist eine Herausforderung, die wir aktuell angehen und dort auch dauerhaft sicherstellen wollen. Wie gehen wir dies an?

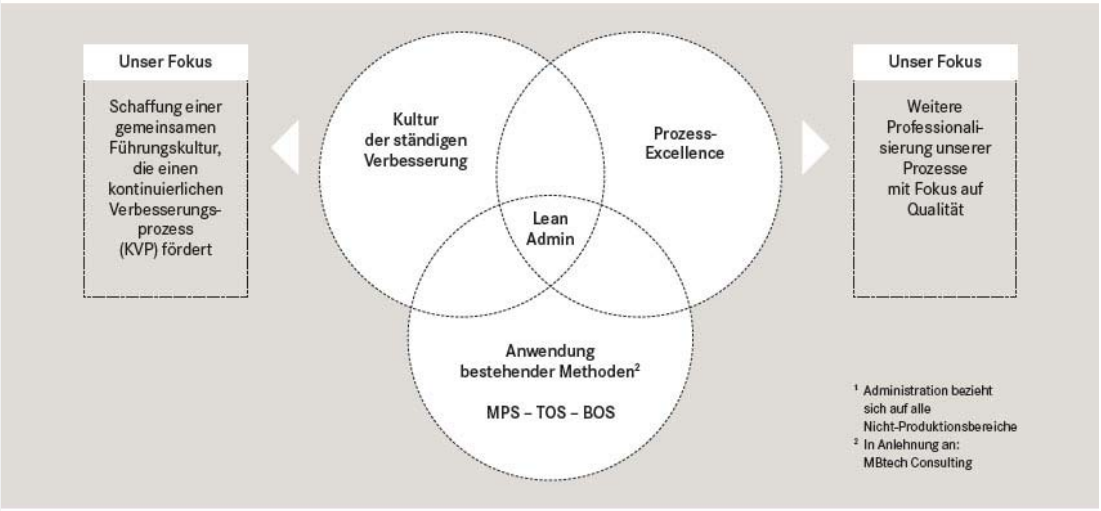
Lean Adminstration

Lean Administration ist für uns ein wesentlicher Stellhebel für Excellence im Arbeitsalltag. „Administration“ bezieht sich auf alle Nicht-Produktionsbereiche. Effiziente und exzellente Prozesse helfen uns, den Einsatz unserer Ressourcen und den Wertbeitrag für das Unternehmen zu verbessern. Wir wollen uns daran messen, wie gut unsere Leistung und Prozesse die Anforderungen unserer internen „Kunden“/Fachbereiche erfüllen. Unsere Zukunft und unser Potenzial liegt in der gemeinschaftlichen Zusammenarbeit: einer Lean-Management-Kultur (z. B. offener Dialog zwischen Führungskräften und Mitarbeitern), die uns auf dem Weg zu Excellence unterstützt.

Wir bauen auf Methoden aus der Produktion auf und adaptieren diese auf den administrativen Bereich. Dabei beziehen wir unsere Mitarbeiter aktiv ein, stellen konkrete Fragen, hinterfragen gemeinsam bestehende Prozesse und gestalten diese neu. Durch die Vereinbarung dieser Prozesse und den damit in Verbindung stehenden Standards erreichen wir ein gemeinsames Verständnis und „ziehen an einem Strang“. Ein umfangreiches, begleitendes Qualifizierungsprogramm für unsere Führungskräfte und Mitarbeiter unterstützt uns auf diesem Weg.

In einem Satz: Unter Lean Administration verstehen wir eine Führungs- und Kommunikationskultur, die einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) unter Einsatz ausgewählter MPS/TOS/BOS-Methoden fördert und nach Excellence strebt.

Lean Administration[1] – Was verstehen wir darunter?


Unser Fokus
Schaffung einer gemeinsamen Führungskultur, die einen kontinuierlichen Verbesserungs-prozess (KVP) fördert
Kultur der ständigen Verbesserung
Prozess-Excellence
Lean Admin
Anwendung bestehender Methoden[2]
MPS – TOS – BOS
Unser Fokus
Weitere Professionali-sierung unserer Prozesse mit Fokus auf Qualität
[1] Administration bezieht sich auf alle Nicht-Produktionsbereiche
[2] In Anlehnung an: MBtech Consulting

NACHWUCHSFÖRDERUNG UND -ENTWICKLUNG

Mit einer breiten Palette von Angeboten und Initiativen haben wir uns auch 2010 wieder dafür eingesetzt, qualifizierte Nachwuchskräfte extern zu gewinnen oder sie in unserem Unternehmen zu fördern und zu entwickeln. Nachfolgend die wichtigsten Angebote und Initiativen:

- Einstiegsförderung für Schüler, Studenten und Universitätsabsolventen,
- Talent trifft Stern: Kampagne für die Berufsausbildung bei Mercedes-Benz,
- duale Hochschule: Studium und Praxis im Wechsel,
- Daimler Student Partnership: Förderprogramm für Studierende,
- CAReer – The Talent Programm: Trainee-Programm für Hochschulabsolventen und Berufseinsteiger mit erster Praxiserfahrung,
- Daimler Academic Programs: Förderung herausragender Mitarbeiter

Einstiegs- und Nachwuchsförderung

Mit einer breiten Palette von Angeboten und Initiativen haben wir uns auch 2010 wieder dafür eingesetzt, qualifizierte Nachwuchskräfte extern zu gewinnen oder sie in unserem Unternehmen zu fördern und zu entwickeln. Nachfolgend die wichtigsten Angebote und Initiativen:

Externe Gewinnung von Talenten

Einstiegsförderung für Schüler, Studenten, Absolventen

Im Rahmen der Nachwuchsförderung spricht Daimler verschiedene Zielgruppen an, die sich noch in einer Orientierungsphase befinden. Schülern bieten wir über Praktika – BORS für Realschüler und BOGY für Gymnasiasten – eine Berufsorientierung an. Studenten erhalten in studienbegleitenden Praktika Gelegenheit, ihr mögliches späteres Tätigkeitsfeld bei uns kennenzulernen. Schüler wie Studenten können unser Unternehmen außerdem im Rahmen einer Ferienbeschäftigung erleben und so einen Eindruck von ihrem möglichen Arbeitgeber gewinnen.

Hochschulabsolventen mit überdurchschnittlichem Studienabschluss können bei uns promovieren. Dabei geht es stets darum, zukunftsorientierte Fragen gemeinsam zu lösen und neue Erkenntnisse zu komplexen Themenstellungen zu gewinnen. Daneben fördern wir auf diesem Weg den Wissenstransfer zwischen Hochschulen und der Daimler AG.

Der Direkteinstieg ist in allen Bereichen des Daimler-Konzerns möglich. Hervorragende Qualifikation und praktische Erfahrung auf einem Fachgebiet sind die Voraussetzungen hierfür.

Talent trifft Stern: Kampagne für die Berufsausbildung bei Mercedes-Benz

Ziel unserer Kampagne „Talent trifft Stern“ ist es, jungen Menschen vielfältige Perspektiven für ihren beruflichen Einstieg aufzuzeigen und sie gleichzeitig für eine Berufsausbildung in den Mercedes-Benz Werken, den Mercedes-Benz Niederlassungen sowie bei der Mercedes-Benz Bank zu begeistern. Im Rahmen unserer Ausbildungsmarketingaktivitäten nutzen wir alle Kommunikationskanäle der Jugendlichen und ihrer Bezugspersonen und setzen ein breites Spektrum zielgruppenorientierter Informationsmedien ein.

Daimler Student Partnership: Förderprogramm für Studierende

Mit derzeit rund 100 aktiven Mitgliedern trägt das Programm Daimler Student Partnership (dsp) wesentlich zur nachhaltigen Nachwuchssicherung und bindung bei Daimler bei. Das standortübergreifende Förderprogramm richtet sich an Studierende in technischen und kaufmännischen Studiengängen, die sich durch sehr gute Leistungen auszeichnen und einen Einstieg im Daimler-Konzern anstreben. Wir engagieren uns in Form einer Entwicklungspartnerschaft für die Teilnehmer des Programms, betreuen die Studierenden persönlich und fördern sie individuell. So unterstützen wir sie bei der Berufsplanung und bereiten sie auf einen Einstieg bei Daimler vor.

Nachwuchsförderung im Unternehmen

CAReer – The Talent Program: Trainee-Programm für Hochschulabsolventen

Im Rahmen unseres Nachwuchsprogramms „CAReer – The Talent Program“ haben wir weltweit bereits mehr als 1.000 Hochschulabsolventen einen erstklassigen Einstieg ins Berufsleben ermöglicht. Ziel des konzernweiten Trainee-Programms ist es, qualifizierte Hochschulabsolventen und Berufseinsteiger mit einem technischen oder wirtschaftswissenschaftlichen Studienabschluss zu gewinnen und zu entwickeln.

Duale Hochschule: Theorie und Praxis im Wechsel

Neben dem Direkteinstieg und unserem Trainee-Programm CAReer ist für uns die duale Hochschule ein Weg, akademische Nachwuchskräfte zu gewinnen. Besonders vielversprechend ist dieser Weg, wenn es um qualifizierte Fachfunktionen und betriebliche Führungsaufgaben sowie um Schlüsselfunktionen geht. Um qualifizierten Nachwuchs für Letztere zu gewinnen, haben wir 2010 die Einstellungen für den dualen Studiengang Wirtschaftsinformatik erhöht. Unser Kooperationspartner für die Theorievermittlung ist hierbei die Duale Hochschule Baden-Württemberg.

Daimler Academic Programs: Förderung herausragender Mitarbeiter

Mit unserem neuen Förderprogramm „Daimler Academic Programs“ investieren wir zukunftsorientiert in unsere eigenen Mitarbeiterressourcen. Herausragende Mitarbeiter erhalten die Möglichkeit, berufsbegleitend oder im Rahmen eines Vollzeitstudiums einen Bachelor- oder Master-Abschluss zu erwerben. Die ersten geförderten Mitarbeiter haben ihr Studium zum Wintersemester 2010 aufgenommen.

GESUNDHEITS- UND ARBEITSSCHUTZ

Bei Daimler gelten im Gesundheits- und Arbeitsschutz weltweit einheitliche, auf Prävention ausgerichtete Leitsätze, die von Unternehmensleitung und Weltarbeitnehmervertretung vereinbart wurden. Sie orientieren sich an Landesgesetzen sowie an Richtlinien der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) zum Gesundheits- und Arbeitsschutz (ILO /OSHMS 2001).

Verantwortlich für die Umsetzung der Leitsätze ist der standort- und geschäftsfeldübergreifende Bereich Health & Safety, der alle Themen der Gesunderhaltung und Gesundheitsförderung der Mitarbeiter bündelt: Arbeitsmedizin, Arbeitsschutz, betriebliche Gesundheitsförderung, Ergonomie, Sozialberatung und Integrationsmanagement.

Kennzahlen Gesundheitsschutz

Krankenfehlstand Mitarbeiter gewerblich:		**2008**	**2009**	**2010**
Deutschland	in % zu Soll AT	5,5	5,4	6,3
Argentinien (DCA)	in % zu Soll AT	2,7	2,1	3,2
Türkei (MBT)	in % zu Soll AT	2,0	1,9	1,9
Südafrika(East London)	in % zu Soll AT	1,8	1,7	1,1
Indien (Pune)	in % zu Soll AT	1,8	1,7	1,0
USA(Tuscaloosa)	in % zu Soll AT	4,0	2,9	2,6
Brasilien (Trucks)	in % zu Soll AT	4,9	4,7	4,5
Japan (MFTBC)	in % zu Soll AT	0,8	0,6	0,6
Frankreich (Smart)	in % zu Soll AT	5,9	7,0	8,2
Krankenfehlstand Mitarbeiter Verwaltung:				
Deutschland	in % zu Soll AT	2,7	2,9	2,9
Argentinien (DCA)	in % zu Soll AT	1,7	1,5	1,5
Türkei (MBT)	in % zu Soll AT	1,5	1,7	1,6
Südafrika (East London)	in % zu Soll AT	1,7	1,8	0,5
Indien (Pune)	in % zu Soll AT	0,9	0,9	1,0
USA (Tuscaloosa)	in % zu Soll AT	2,4	1,5	1,5
Brasilien (Trucks)	in % zu Soll AT	1,6	1,7	1,5
Japan (MFTBC)	in % zu Soll AT	0,8	0,6	0,8
Frankreich (Smart)	in % zu Soll AT	1,5	1,8	2,7
Unfallhäufigkeit (Durchgangsarzt-Fälle mit mindestens 1 Ausfalltag pro 1 Mio. Anwesenheitsstunden – bezogen auf Mitarbeiter gewerblich)				
Deutschland	Fälle	15,50	13,50	15,00
Argentinien	Fälle	43,90	23,82	32,30
Brasilien	Fälle	17,83	13,80	10,12
Südafrika	Fälle	3,14	3,75	3,04
USA	Fälle	2,99	0,86	0,70
Unfallbelastung (unfallbedingte Ausfalltage pro 1 Mio. Anwesenheitsstunden – bezogen auf Mitarbeiter gewerblich)				
Deutschland	At/1 Mio. Ah	161,00	128,00	168,00
Argentinien	At/1 Mio. Ah	560,00	282,23	573,70
Brasilien	At/1 Mio. Ah	224,00	205,00	157,35
Südafrika	At/1 Mio. Ah	8,72	15,22	9,60
USA	At/1 Mio. Ah	157,26	29,73	22,80
Angebote für Gesundheitstrainings:				
Schichtarbeiter	Mitarbeiter	984	402	670
Führungskräfte	Mitarbeiter	396	250	330
Leitende Führungskräfte	Mitarbeiter	128	46	84
Angebote für Gesundheitskuren:				
Schichtarbeiter	Mitarbeiter	263	122	111
Führungskräfte	Mitarbeiter	166	101	89
Leitende Führungskräfte	Mitarbeiter	15	0	0

Krankenfehlstand Mitarbeiter gewerblich:		2008	2009	2010
Werkärztlicher Dienst				
Sprechstunden	Stunden	31.408	24.769	27.792
Einstellungsuntersuchungen	Stück	7.895	3.288	3.070
Arbeitsmedizinische Vorsorgeuntersuchungen	Stück	43.277	35.056	35.037
Kontakt wegen Problemen am Arbeitsplatz	Stück	12.842	10.468	16.639
Arbeitsplatzbegehungen	Stück	703	461	597
Impfungen und reisemedizinische Beratungen	Stück	18.850	16.609	16.314
Notfallmedizinische Behandlung	Stück	1.445	1.164	1.510
Physikalische Therapie	Stück	41.229	26.535	29.903
Diagnostik (Hör,-Sehtest,EKG etc.)	Stück	64.972	51.044	52.760
Laboruntersuchungen	Stück	30.654	24.071	24.111
Wiedereingliederung Langzeitkranker	Stück	2.637	2.188	3.249
Großer Check-up für leitende Führungskräfte	Stück	222	765	268
Kleiner Check-up	Stück	2.881	765	713
BGF-Veranstaltungen	Stück	1.393	1.195	1.799
Arbeitsmedizinische Begutachtung	Stück	7.497	7.026	9.541
Betriebliche Sozialberatung Deutschland				
Anzahl beratener Klienten	Klienten	4.770	4.499	4.967
beratene Klienten in Krisensituationen	Klienten	3.050	2.775	3.129
beratene Klienten bei sozialen Problemlagen	Klienten	800	709	755
beratene Klienten bei psychischen Auffälligkeiten	Klienten	950	886	1.040
beratene Klienten bei Missbrauch / Abhängigkeit von Suchtmitteln	Klienten	510	445	429
beratene Klienten bei Konflikten am Arbeitsplatz	Klienten	790	735	905
Beratene Führungskräfte in schwierigen Führungsaufgaben	Klienten	1.720	1.724	1.838
Teilnehmer an Qualifikationen	Klienten	1.720	1.291	1.710
Sonstige Kennzahlen Deutschland				
BKK-Mitglieder	Mitglieder	164.556	167.581	171.404
Mitglieder SG Stern	Mitglieder	34.540	35.300	36.372

GESUNDHEITSSCHUTZ

Die Arbeitsmedizin bei Daimler orientiert sich am Ziel „gesunde Mitarbeiter in einem gesunden Unternehmen". Sie garantiert eine arbeitsplatzbezogene und arbeitsplatznahe medizinische Versorgung durch hoch qualifizierte Mitarbeiter. Bei gesundheitlichen Problemen, die den Arbeitsplatz betreffen, steht den Mitarbeitern der Werksärztliche Dienst zur Verfügung. Er bietet u. a. Beschäftigten, die unter bestimmten Bedingungen mit Gefahrstoffen arbeiten oder besondere Tätigkeiten ausüben, spezielle arbeitsmedizinische Untersuchungen an.

Aktivitäten im Bereich Arbeitsmedizin

Psychotherapeutische Versorgung

Damit Mitarbeiter bei psychischen Belastungen kurzfristig therapeutische Unterstützung erhalten, hat unser Bereich Health & Safety in Kooperation mit der Daimler BKK, der AOK sowie der Sonnenberg-Klinik Stuttgart die Möglichkeit einer ambulanten therapeutischen Versorgung geschaffen. Das zunächst auf ein Jahr befristete Modellprojekt wird von der Universität Ulm ausgewertet. Nach seinem Vorbild sollen künftig weitere Kooperationen mit Psychotherapeuten und Kliniken etabliert werden

Einführung neuer Vorsorgeuntersuchungen

Mit der neuen EG-CLP-Verordnung ändert sich die Einstufung und Kennzeichnung von Chemikalien in der EU. Viele Gefahrstoffe, die bisher als „gesundheitsschädlich" klassifiziert waren, werden künftig als „giftig" eingestuft. Der Gesundheits- und der Arbeitsschutz der Daimler AG nehmen gemeinsam die erforderlichen Änderungen des Schutzstufenkonzeptes vor und passen dieses den gesetzlichen Erfordernissen an. Vielfach werden infolge dieser Änderung neue arbeitsmedizinische Vorsorgeuntersuchungen eingeführt.

Maßnahmen bei Pandemien

Anhand unseres Pandemieplanes haben wir 2009 und zu Beginn des Jahres 2010 die Lage hinsichtlich der Pandemie H1N1 Neue Grippe („Schweinegrippe") für Deutschland sowie auch international analysiert, Maßnahmen vorbereitet und sie je nach Lage umgesetzt. Dies geschah in enger Abstimmung mit den Gesundheitsbehörden. Über das Intranet informierten wir unsere Mitarbeiter über die aktuelle Situation. Derzeit werten wir die durchgeführten Maßnahmen und Reaktionen aus und passen den Pandemieplan an. So können wir bei erneuten Pandemien oder lokalen Ausbrüchen von Seuchen schnell und angemessen reagieren.

Reisemedizinische Betreuung

Im Rahmen der Reisemedizin betreuen wir Mitarbeiter, die geschäftlich ins Ausland reisen, darunter insbesondere Langzeitausreisende (Expatriates), vor und nach der Reise. Wir beraten, untersuchen und impfen gemäß gesetzlichen Vorgaben und den Empfehlungen der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung. Um dies auf hohem Niveau leisten zu können, nehmen unsere ärztlichen Mitarbeiter regelmäßig an Fortbildungen teil. Darüber hinaus stellen ärztliche Koordinatoren sicher, dass alle ärztlichen Mitarbeiter regelmäßig über aktuelle weltweite Krankheitsausbrüche und dadurch erforderliche Maßnahmen informiert sind.

Die Einbindung von Ergonomiemaßnahmen in den gesamten Produktentstehungsprozess und die Verwendung jeweils geeigneter, arbeitswissenschaftlich fundierter Bewertungsmethoden beugen einer erhöhten körperlichen Belastung und damit verbundenen Gesundheitsrisiken der Mitarbeiter vor.

Aktivitäten im Bereich Ergonomie

Ein wichtiger Ansatzpunkt, um sicherzustellen, dass die Gesundheit und die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter erhalten werden, ist die Umsetzung durchgängiger Ergonomieprozesse. Die Intensivierung der Maßnahmen hierzu stand 2010 im Mittelpunkt der Ergonomieinitiative von Health & Safety. In einem weiteren Handlungsfeld ging es darum, die Voraussetzungen für eine systematische Erfassung und Dokumentation der Arbeitsplatzanforderungen zu schaffen, auf deren Grundlage ein geplanter Vergleich der Anforderungen mit den körperlichen Fähigkeiten von Mitarbeitern möglich ist. Ziel ist es, das Integrationsmanagement dabei zu unterstützen, einen adäquaten Mitarbeitereinsatz zu gewährleisten.

Die Zunahme psychosomatischer Erkrankungen und Störungen in der Gesellschaft zeigt sich auch unter den Mitarbeitern der Daimler AG. 2010 reagierte Health & Safety darauf mit der Entwicklung eines integrierten Versorgungskonzeptes, das bei Bedarf – auch in Zusammenarbeit mit unserer Sozialberatung sowie externen Experten – eine zeitnahe therapeutische Unterstützung bietet.

Aktivitäten im Bereich Sozialberatung

Die Sozialberatung (SOB) der Daimler AG unterstützt Beschäftigte bei der Bewältigung von Lebenskrisen. Zudem qualifiziert und schult sie Führungskräfte für besondere Personalaufgaben im Zusammenhang mit schwerwiegenden Problemen ihrer Mitarbeiter. Dabei geht es nicht zuletzt um die psychosozialen Folgen gesellschaftlicher Entwicklungen, auf die das Unternehmen nachhaltige betriebliche Antworten finden muss. So widmet sich die SOB zum Beispiel auch der Frage, wie unsere Mitarbeiter die psychosozialen Herausforderungen des demografischen Wandels meistern können. In Zusammenarbeit mit speziellen Facheinrichtungen hat die SOB darüber hinaus ihre Angebote für überschuldete Mitarbeiter ausgeweitet.

Einen wesentlichen Beitrag zur Gesunderhaltung der Mitarbeiter leistet zudem das Integrationsmanagement, dessen Hauptaugenmerk der Wiedereingliederung einsatzeingeschränkter Mitarbeiter gilt. Ziel ist es, ein ganzheitliches Integrationsmanagement zu fördern und darauf aufbauend entsprechende Standards zu etablieren.

Mit den 2010 vereinbarten „12 Grundsätzen zum Umgang mit Gesundheitsdaten im Integrations- und Fehlstandsmanagement“ ist es der Daimler AG gelungen, verbindliche Regeln und Leitlinien für ein erfolgreiches und verantwortungsbewusstes Führungshandeln zu schaffen.

Integrationsmanagement

In Fragen des Arbeitseinsatzes, der Wiedereingliederung und präventiver Gesundheitsmaßnahmen sind unsere Führungskräfte die ersten Ansprechpartner. Mitarbeiter, die längere Zeit krank waren, gliedern wir stufenweise wieder ein. Dabei begleiten und unterstützen wir sie durch ein Angebot geeigneter Maßnahmen. Das Integrationsmanagement der Daimler AG trägt entscheidend dazu bei, dass wieder genesene Beschäftigte gut ins Arbeitsleben zurückfinden, gerade auch dann, wenn sie nicht mehr uneingeschränkt einsatzfähig sind.

Ein wichtiger Prozess im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung ist die schnelle und arbeitsplatznahe Betreuung der Mitarbeiter und ihre „Einsteuerung“ in Präventions-, Therapie- und Rehabilitationsmaßnahmen. In diesem Zusammenhang haben wir 2010 an weiteren deutschen Standorten innerbetriebliche Gesundheitszentren mit allen nötigen gesundheitsförderlichen Angeboten konzipiert und eröffnet. Mit diesen Einrichtungen ist Daimler Vorreiter und Benchmark.

Gesundheitsförderung

Zu den Aufgaben der betrieblichen Gesundheitsförderung gehören darüber hinaus auch regelmäßige Kampagnen zu Gesundheitsthemen im Konzern. 2010 stand das Thema Bluthochdruck im Fokus. Eine gesunde Lebensweise kann viele Krankheiten und körperliche Einschränkungen verhindern. Daher ist es uns wichtig, dass unsere Mitarbeiter auf Körpergewicht und Ernährung achten, für ausreichend Bewegung sorgen und ihren Alkohol- und Nikotinkonsum einschränken. Um hierfür mehr Bewusstsein zu schaffen, haben wir die Bluthochdruckkampagne ins Leben gerufen. Mit Beratung und vielfältigen Angeboten unterstützen der werksärztliche Dienst und die betriebliche Gesundheitsförderung die Mitarbeiter dabei, Risikofaktoren zu reduzieren oder möglichst ganz zu vermeiden.

An den internationalen Daimler-Standorten finden zusätzliche Aktivitäten im Gesundheits- und Arbeitsschutz statt, die wir ständig weiter ausbauen. In Südafrika ist z. B. ein umfangreiches Arbeitsplatzprogramm im Kampf gegen HIV/AIDS nach wie vor von großer Bedeutung.

Internationales Gesundheitsmanagement

Weltweit führt Daimler arbeitsmedizinische Untersuchungen und präventive Maßnahmen zur Gesunderhaltung der Mitarbeiter sowie Maßnahmen zur ergonomischen Arbeitsplatzgestaltung durch. An Standorten wie Südafrika spielt zudem der Kampf gegen HIV/AIDS eine große Rolle.

Die umfangreichen Aktivitäten unserer Landesgesellschaften gegen HIV/AIDS basieren auf konzernweiten Leitlinien. Orientierung gibt uns zudem unsere – bereits langjährige – Mitgliedschaft in der Global Business Coalition on HIV/AIDS, Tuberculosis and Malaria.

Unser Vorgehen gegen HIV/AIDS und die damit verbundenen Epidemien Tuberkulose und Malaria richtet sich nach der örtlichen Situation. In Ländern, die geringe bis mäßige und räumlich konzentrierte Epidemien erleben, fokussieren wir unsere Arbeit auf die Schulung und Sensibilisierung. Wo die Infektionsraten steigen, steuern wir – abgestimmt auf die jeweiligen staatlichen Programme – mit intensiveren Präventionsanstrengungen gegen. In Ländern mit weit verbreiteter Epidemie richten wir umfassende Arbeitsplatzprogramme ein.

Dazu gehört

- die Ausdehnung der Prävention, Behandlung, Betreuung und Unterstützung von Mitarbeitern, deren Angehörigen und der Gemeinde,
- die praktische Umsetzung unseres „Global Corporate Citizenship“-Engagements im Einklang mit den Milleniums-Entwicklungszielen und dem UN Global Compact,
- die schrittweise Bewältigung der zunehmenden finanziellen und personellen Auswirkungen der Epidemien auf unser Ressourcenmanagement.

ARBEITSSCHUTZ

Der Bereich Arbeitsschutz steuert und koordiniert den Erfahrungsaustausch und die Zusammenarbeit in allen Fragen zum Thema Arbeitssicherheit. Er fungiert als direkter Berater für Werksleitung, Führungskräfte und Mitarbeiter und unterstützt bei der Erfüllung ihrer arbeitsschutzrechtlichen unternehmerischen Pflichten.

Arbeitsschutzausschüsse

Arbeitsschutzausschüsse sind installiert und tagen vierteljährlich – an jedem Produktionsstandort (13), Ebene Werkleiter, – in jeder Niederlassung (34), Ebene Niederlassungsleiter. Die Aktivitäten, Beschlüsse etc. aus den Arbeitsschutzausschüssen (ASAs) werden über standortspezifische Gremien (z. B. Bereichsarbeits-schutzausschüsse) und/oder bestimmte Mitarbeitergruppen (z. B. Führungskräfte, Sicherheitsbeauftragte) in die Fläche getragen. Damit wird sichergestellt, dass die gesamte Belegschaft erreicht wird. Es werden alle Mitarbeitergruppen des Standorts von den Vertretern der Leitung und des Betriebsrats im ASA vertreten.

- Direkte Teilnehmer im ASA: bis 25 Prozent
- Von den Aktivitäten des ASA direkt betroffen: zwischen 25 und 50 Prozent
- Von den Beschlüssen betroffen: über 75 Prozent

Aktivitäten im Bereich Arbeitsschutz

Arbeitsschutzregelungen im Bereich Elektromobilität

Nach der berufsgenossenschaftlichen Verordnung (BGV) und dem Arbeitsschutzgesetz (ArbSchG) ist der Arbeitgeber verpflichtet, Arbeiten an elektrifizierten Fahrzeugen abzusichern. Erforderlich ist hierfür eine Organisation qualifizierter Elektrofachkräfte im Bereich Hochvolt-Systeme in Kraftfahrzeugen. Um diese aufzubauen, hat Daimler drei neue Funktionen eingeführt: die Verantwortliche Elektrofachkraft (VEFK), die Elektrofachkraft mit Fachverantwortung (EFKmF) und die Fachkraft für Hochvolt-Systeme in Kraftfahrzeugen (FfHV).

Psychische Gefährdung am Arbeitsplatz

Seit dem 31. August 2010 ist das Verfahren „Gefährdungsbeurteilung Psychische Belastung (GPB)“ Bestandteil der BAuA-Toolbox der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin und damit ein von Behörden und Fachleuten anerkannter Standard. Das im Auftrag der Unternehmensleitung und des Gesamtbetriebsrats der Daimler AG von Prof. Dr. Karlheinz Sonntag an der Universität Heidelberg entwickelte Verfahren enthält ein praxisorientiertes Instrumentarium und einen Prozess zur Beurteilung möglicher psychischer Belastungen am Arbeitsplatz. 2008 eingeführt, ermöglicht es uns, Merkmale eines Arbeitsplatzes aufzuspüren, die negative Auswirkungen auf die psychische Gesundheit des Mitarbeiters haben können.

Unfallkennzahlen

Die nachfolgende Darstellung der Unfallkennzahlen für alle Standorte der Daimler AG im Jahr 2010 erfolgt anhand von Definitionen, die innerhalb der deutschen Automobilindustrie abgestimmt sind. Die Zahlen beziehen sich auf die (bisherige) Lohnbelegschaft:
inkl. Verbandsfälle, d. h. Verletzungen ohne Durchgangsarztbesuch (je 1 Mio. Stunden): 132, als Ausfalltage werden (geplante) Arbeitstage herangezogen, Ausfalltage werden ab dem Tag nach dem Unfall gezählt.
Definition: ohne Angestellte und Mitarbeiter von Fremdfirmen

Kennzahlen für alle Standorte der Daimler AG 2010 in Deutschland:
Verbandbuchfälle (je 1 Mio. Stunden): 157

Durchgangsarztfälle gesamt (je 1 Mio. Stunden): 24,5
Durchgangsarztfälle mit AT (je 1 Mio. Stunden): 15,0

Um einen besseren Vergleich innerhalb der Automobilindustrie ziehen zu können, werden zusätzlich die reinen Pkw-Zahlen (hier auch inkl. Verwaltungsmitarbeiter) aufgezeigt:
Durchgangsarztfälle mit AT (je 1 Mio. Stunden): 8,3

Anzahl der tödlichen Betriebsunfälle 2010: 0 (Anm.: 1 tödlicher Unfall von Fremdfirmen-Mitarbeitern)

Unfallhäufigkeit (Durchgangsarzt-Fälle mit mindestens 1 Ausfalltag pro 1 Mio. Anwesenheitsstunden – bezogen auf Mitarbeiter gewerblich)		**2008**	**2009**	**2010**
Deutschland	Fälle	15,50	13,50	15,00
Argentinien	Fälle	43,90	23,82	32,30
Brasilien	Fälle	17,83	13,80	10,12
Südafrika	Fälle	3,14	3,75	3,04
USA	Fälle	2,99	0,86	0,70

An den meisten Standorten der Daimler AG ist das Unfalldokumentations /Informationssystem Cubus-Safety im Einsatz.

Im Ausland wurden folgende vergleichbare Unfallkennzahlen erhoben:

Unfallbelastung (unfallbedingte Ausfalltage pro 1 Mio. Anwesenheitsstunden – bezogen auf Mitarbeiter gewerblich)		**2008**	**2009**	**2010**
Deutschland	At/1 Mio. Ah	161,00	128,00	168,00
Argentinien	At/1 Mio. Ah	560,00	282,23	573,70
Brasilien	At/1 Mio. Ah	224,00	205,00	157,35
Südafrika	At/1 Mio. Ah	8,72	15,22	9,60
USA	At/1 Mio. Ah	157,26	29,73	22,80

Allgemeine Vereinbarungen und Richtlinien

Folgende förmliche allgemeine Vereinbarungen mit dem Betriebsrat zu folgenden Arbeitsschutzthemen sind für die Daimler AG vorhanden:

1. Arbeitsschutzmanagement-Rahmenrichtlinie
2. Leitsätze Arbeits- und Gesundheitsschutz (Beschwerdeverfahren, Rechtsanspruch, unsichere Arbeiten abzulehnen)
3. Arbeitsschutz-Vorschrift Lärmschutz
4. Arbeitsschutz-Vorschrift Berechtigung für das Fahren von Flurförderfahrzeugen
5. Arbeitsschutz-Vorschrift Tauglichkeitsuntersuchung für Fahr-, Steuer- und Überwachungstätigkeiten (G25)
6. Arbeitsschutz-Richtlinie Sicherheitsbeauftragte
7. Arbeitsschutz-Richtlinie persönliche Schutzausrüstung
8. Gesamtbetriebsvereinbarung über die Umsetzung der Gefährdungsbeurteilung (regelmäßige Inspektionen, Beteiligung AN an AS-Inspektionen, Audits usw.)
9. Betriebsvereinbarung zur Bildschirmarbeit
10. Richtlinie persönliche Schutzausrüstung (PSA)

Weitere lokale Vereinbarungen sind vorhanden:

11. Lokale Regelungen zu ASA (Arbeitsschutzausschuss)
12. Freiwillige Gesamtbetriebsvereinbarung zur Qualifizierung für die Beschäftigten (Aus- und Weiterbildung)
    etc.

INTERVIEW WILFRIED PORTH

Wilfried Porth
Vorstandsmitglied der Daimler AG, Personal und Arbeitsdirektor

Die Automobilindustrie steht vor fundamentalen Veränderungen. Die Zukunft gehört neuen, umweltverträglichen Antriebstechnologien. Wie bereiten Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter darauf vor?
Wilfried Porth: Wir haben 2010 die Qualifizierungsoffensive „Green Qualification“ gestartet: Über unsere Corporate Academy bieten wir für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Führungskräfte Informationsveranstaltungen, Trainings und Expertenworkshops zu den neuen Technologien an. Bis 2013 werden wir so voraussichtlich rund 32.000 Beschäftigte in Deutschland und weitere 21.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unternehmensweit qualifizieren. Außerdem haben wir gemeinsam mit dem Betriebsrat und renommierten Forschungsinstituten das Projekt „ELAB“ begonnen, mit dem wir die Auswirkungen der Elektrifizierung des Antriebs auf die Beschäftigung in der Automobilindustrie untersuchen. Von diesem Projekt erwarten wir wichtige Hinweise auf künftige Herausforderungen in der Beschäftigungs- und Arbeitspolitik.

Daimler gilt als attraktiver Arbeitgeber. Doch der Wettbewerb um fähige Kräfte wird zusehends schärfer. Können Sie auch bei der kommenden Generation von Arbeitnehmern punkten?
Porth: Mit Sicherheit. Daimler ist in fast allen Ländern der Erde präsent und bietet seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern globale Einsatzmöglichkeiten. Unsere Beschäftigten erhalten während ihres gesamten Berufslebens Qualifizierungs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten. Darüber hinaus gibt es bei uns verschiedene Modelle zum flexiblen Arbeiten, und in unseren „sternchen“-Kinderkrippen entstehen bis 2012 deutschlandweit 569 Betreuungsplätze. Damit möchten wir vor allem Frauen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie erleichtern.

"Unser Ziel ist es, die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter zu stärken und zu erhalten."

Außerdem untersuchen wir gerade in einem Forschungsprojekt mit der Universität Heidelberg, wie wir die „Work-Life-Balance“ unserer Mitarbeiter verbessern können. Um schon heute die Fachkräfte von morgen einzustellen und auszubilden, setzen wir auf die Berufsausbildung, auf unser Nachwuchsprogramm CAReer und auf die duale Hochschule. So haben 2010 mehr als 2.000 junge Menschen ihre Ausbildung bei Daimler begonnen, davon über 250 an der dualen Hochschule.

Zudem haben wir mehr als 500 Nachwuchskräfte eingestellt. Das Hauptgewicht bei den Einstellungen liegt zunehmend auf Wachstumsmärkten und bei Berufsbildern wie Mechatroniker, die in Zukunft besonders gefragt sein werden. Und wenn wir von der kommenden Generation sprechen, dann haben wir mit Genius ein hervorragendes Programm, um Kinder und Jugendliche frühzeitig an Naturwissenschaft und Technik heranzuführen. Hier setzen wir vor allem auch auf Kooperationen mit Schulen.

"Ebenso wichtig wie monetäre Elemente sind attraktive Einsatzmöglichkeiten, fachliche Qualifizierung und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten."

Wie binden Sie einmal gewonnene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an Ihr Unternehmen?
Porth: Entscheidend ist die Attraktivität als Arbeitgeber, die durch eine Vielzahl von Faktoren beeinflusst wird. Eine wettbewerbsfähige Vergütung wird dabei vorausgesetzt. Die vielfältigen Sozialleistungen einschließlich einer zukunftsfähigen betrieblichen Altersversorgung haben bei unserer Belegschaft auch einen hohen Stellenwert. Mindestens ebenso wichtig wie monetäre Elemente sind aber attraktive Einsatzmöglichkeiten, fachliche Qualifizierung und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten. Hier haben wir als großes global tätiges Unternehmen nahezu grenzenlose Auswahl. Was wir nicht vergessen sollten, ist, dass wir auch in schwierigen Zeiten alles tun, um unsere Belegschaft zu halten. Gerade in der jüngst zurückliegenden Krise haben wir gezeigt, dass wir mit den Instrumenten Zeitkontenabbau, Kurzarbeit und Arbeitszeitverkürzung ohne aktiven Personalabbau fahren

konnten und sofort erfolgreich in eine Phase mit Sonderschichten starten konnten. Dass diese Personalpolitik von der Belegschaft geschätzt wird, zeigte sich in unserer regelmäßig durchgeführten Mitarbeiterbefragung. Trotz der Krise stieg der Employee Commitment Index um 6 Punkte auf 64 Punkte.

Der Altersdurchschnitt Ihrer Mitarbeiterschaft steigt. Wie gehen Sie damit um?
Porth: Wir fördern zum einen die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zum anderen sichern wir ihr Know-how, und das ganzheitlich: vom Eintritt ins Unternehmen bis zum Austritt. Denn das Thema Demografie betrifft nicht nur ältere Beschäftigte. Schon für unsere Azubis und jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gibt es Angebote zur Gesundheitsförderung und Ergonomie. Mit unserem Projekt HR Resource Management planen wir schon heute zukünftige Personalbedarfe und entwickeln Beschäftigungspfade, entlang derer sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entwickeln können. Unser Ziel ist es, die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu stärken und zu erhalten und zugleich jeden Einzelnen seinen Fähigkeiten entsprechend bestmöglich einzusetzen.

Maßnahmen, wie Sie sie beschreiben, kosten Geld. Wie sichern Sie wettbewerbsfähige Arbeitskosten?
Porth: Die genannten Maßnahmen haben immer eine doppelte Zielsetzung: Zum einen können wir nur als attraktiver Arbeitgeber die besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gewinnen, und dafür lohnt es sich zu investieren. Zum anderen müssen unsere Aktivitäten wirtschaftlich sein. Im besten Fall stimmt beides überein – ich denke etwa an flexible Arbeitszeitmodelle, die den Mitarbeitern und dem Unternehmen gleichermaßen entgegenkommen. Wir beobachten diese Thematik sehr genau und vergleichen uns auch mit dem Wettbewerb. Arbeitskosten spielen im Übrigen auch bei der Vergütung eine bedeutende Rolle. Hier können wir seit der Einführung des Entgeltrahmentarifvertrags (ERA) im Unternehmen auf ein systematisches Controlling der Struktur von Tätigkeiten in einzelnen Bereichen zurückgreifen und Einheitlichkeit sicherstellen.

EXTERNES STATEMENT

Dr. Jürgen Dispan
Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Projektleiter beim IMU Institut

Das Jahr 2010 war bei Daimler von einer wirtschaftlichen Wende geprägt, deren Tempo und Durchschlagskraft niemand vorhersehen konnte. In vielen Unternehmensbereichen ging es aus der tiefen Krise 2009 ab dem zweiten Quartal 2010 fast nahtlos in die Vollauslastung. Daimler konnte die Arbeitszeitverkürzung und die Kurzarbeit früher als erwartet beenden, für die Mitarbeiter stehen eine signifikante Ergebnisbeteiligung sowie eine vorzeitige Tariferhöhung an. In der Krise etablierte sich eine konstruktive Zusammenarbeit zwischen Unternehmensleitung und Gesamtbetriebsrat. Das Krisenmanagement mit flexiblen Arbeitszeitkonten und Instrumenten wie Kurzarbeit und Arbeitszeitverkürzung ist als ein besonders erfolgreiches Beispiel nachhaltiger Personalpolitik herauszustellen. Auf diese Weise konnte die Stammbelegschaft trotz des starken Umsatzrückgangs 2009 weitgehend gehalten werden.

Anders die Situation bei den Leiharbeitskräften. Die Leiharbeit wurde zu Beginn der Krise komplett zurückgefahren und mit dem Boom im Jahr 2010 wieder stark ausgeweitet. Daimler nutzt sie als Flexibilitätspuffer, um Konjunkturausschlägen zu begegnen. Für Leiharbeiter in der Produktion gilt eine Quote von maximal 8 Prozent sowie eine „Equalpay- Regelung“, die sich am Einstiegsentgelt orientiert, aber nicht für Zuschläge und Einmalzahlungen gilt. Für Zeitarbeit außerhalb der Produktion gibt es keine solchen Regelungen. Und auch bei Werkverträgen, die in Bereichen wie Forschung und Entwicklung, IT, Logistik, Reinigung etc. vergeben werden, sollte darauf geachtet werden, dass die Werkvertragsnehmer den CSR-Prinzipien Folge leisten. Neben der klaren Beachtung qualitativer Kriterien ist eine quantitative Begrenzung anstrebenswert.

Die betriebliche Ausbildung hat bei Daimler einen hohen Stellenwert. Dennoch erreichte die Zahl der Auszubildenden 2010 mit der Reduzierung der Ausbildungsplätze um rund 20 Prozent einen Tiefpunkt. Eine nachhaltige Personalpolitik muss sich auch den Herausforderungen des demografischen Wandels und des langfristigen Technologiewandels stellen. Einen guten Ansatzpunkt für strategische Personalmaßnahmen bietet das HR Resource Management. Im Werk Bremen mit seiner spezifischen Altersstruktur konnten hiermit vor allem in Montagebereichen und bei Arbeitsplätzen mit hoher körperlicher Belastung intelligente Konzepte für die „aging workforce“ entwickelt werden. Im Werk Berlin lag der Fokus bei den „grünen Technologien“, einer Thematik, der sich die Personalentwicklung konzernweit umfassend stellen muss.

"Daimler nutzt Leiharbeit als Flexibilitätspuffer, um Konjunkturausschlägen zu begegnen."

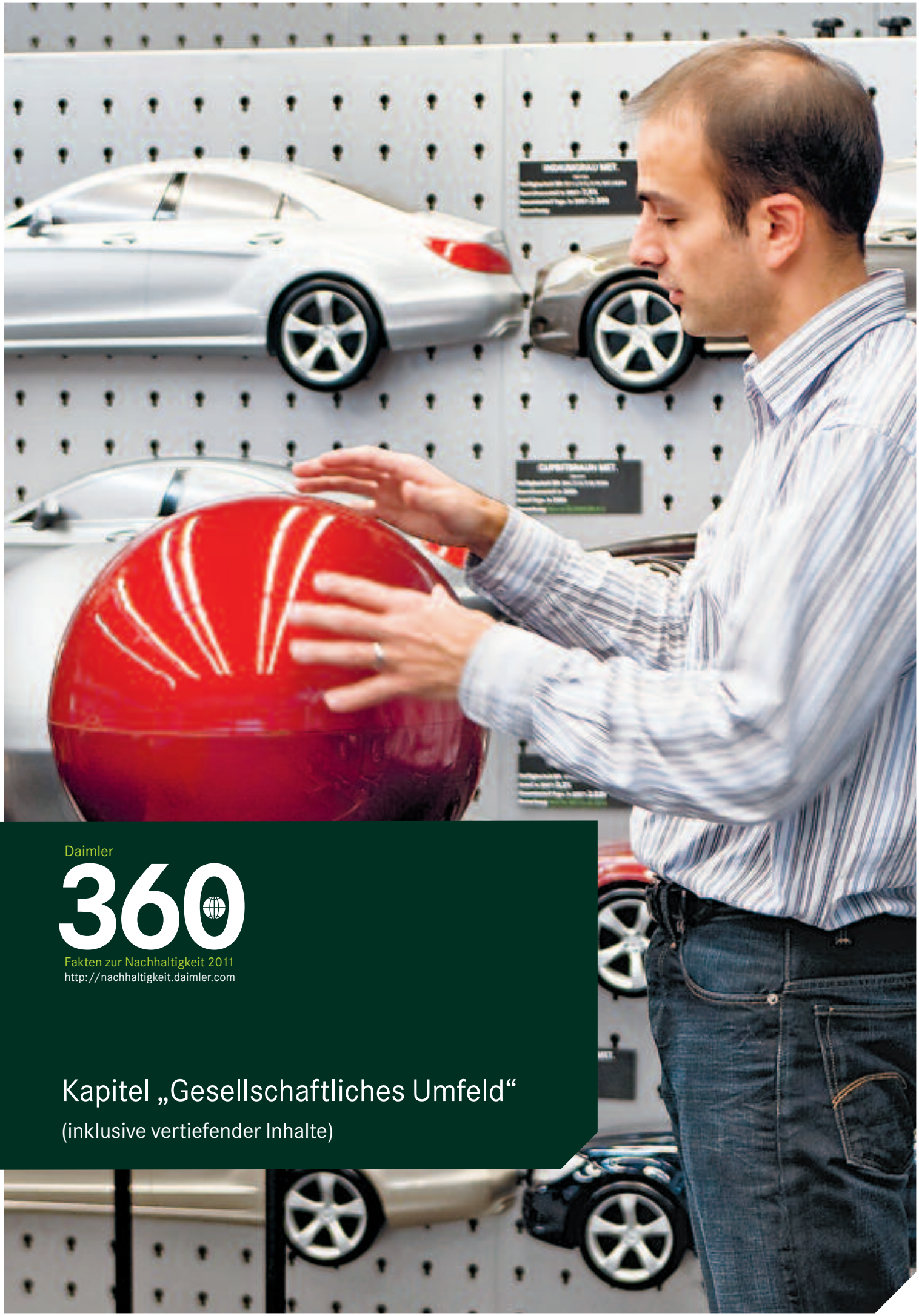
Das Zukunftsthema „grüne Technologien“ und CO_2-Reduzierung ist nicht nur im Sinne der ökologischen, sondern auch der sozialen Nachhaltigkeit zu beleuchten. Vieles deutet darauf hin, dass sich Wertschöpfung, Arbeitsvolumen und Arbeitsgestaltung im Automobilsektor langfristig verändern. Durch den Technologiewandel induzierte Wirkungen auf die Beschäftigung werden im Forschungsprojekt ELAB untersucht, das auf Initiative des Daimler-Gesamtbetriebsrats gemeinsam mit der Hans-Böckler-Stiftung und der IG Metall beauftragt wurde und von Unternehmensleitung und Gesamtbetriebsrat intensiv begleitet wird. Letztere starteten 2010 zudem den „Arbeitskreis Green Technology“, in dem sie beraten, wie Chancen aus dem Technologiewandel für die Belegschaft genutzt werden können. Bei den Zukunftstechnologien dürfen auch Standort- und Make-or-buy-Entscheidungen, die heute nur relativ geringe Arbeitsvolumina beinhalten, in ihrer langfristigen Beschäftigungswirksamkeit für die einzelnen Standorte nicht unterschätzt werden.

Darüber hinaus gab es im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit zahlreiche weitere Aspekte, die eine Kommentierung verdient hätten. Exemplarisch dafür steht die umstrittene Restrukturierung bei Daimler Financial Services. Durch die geplanten Standortschließungen und Funktionsverlagerungen wären mehr als die Hälfte der Beschäftigten von überregionalen Versetzungen betroffen gewesen. Diesen hohen Mobilitätsanforderungen hätten viele Mitarbeiter aus familiären Gründen nicht nachkommen können, was eine nachhaltige Personalpolitik gefährdet hätte. Dass die Betriebsparteien hier tragfähige Kompromisse gefunden haben, ist positiv festzuhalten.

Stuttgart, im März 2011

IMU Institut

Das IMU Institut ist eine unabhängige Forschungs- und Beratungseinrichtung. Sozial- und wirtschafts-wissenschaftliche Analysen, Gutachten und Konzepte werden von rund 30 Mitarbeitern in arbeitsorientierter Perspektive erstellt.
Mehr Informationen unter: www.imu-institut.de



Daimler

360

Fakten zur Nachhaltigkeit 2011

http://nachhaltigkeit.daimler.com

Kapitel „Gesellschaftliches Umfeld“

(inklusive vertiefender Inhalte)

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
		Ausstellungen der Daimlerkunstsammlung "ARS", Museum Albertina Wien, Ampersand Museum. // Kooperation mit der Fondation Beyeler in Basel.	National Centre of Performing Arts in Peking) und die USA (u.a. Kooperation mit dem US-Maler und Filmregisseur Julian Schnabel). Im Rahmen einer Welttournee der Daimler-Kunstsammlung werden 10 Ausstellungen in Stuttgart, Berlin, Abu Dhabi, Indien und China konzipiert und umgesetzt mit angestrebten 300.000 Besuchern.
Bildungsengagement. Ausbau und Bündelung von Bildungsaktivitäten für Kinder und Jugendliche in Deutschland durch die Initiative Genius.	2012	Genius hat sich als Markendach für die unternehmensweiten Bildungsaktivitäten für Kinder und Jugendliche bei Daimler in 2010 etabliert. // Kooperation mit dem Kultusministerium Baden-Württemberg und Klett MINT ist etabliert.// NWT-Unterrichtsbausteine sind erarbeitet und auf dem Landesbildungsserver veröffentlicht Website ist online (www.genius-community.com). // Genius-Campus im Mercedes-Benz Museum ist eröffnet. // Genius- Kick-off und Pressekonferenz ist erfolgt. // 1. Genius-Lehrerkongress (Teilnehmer: ca. 300 NWT-Lehrer) hat stattgefunden.	Weiterer Ausbau von Genius u.a. In 2011 soll Genius bundesweit über die Standorte und den Vertrieb ausgerollt werden.// Die Verankerung von Genius bei Bildungspartnern (Kultusministerium, Lehrer, Schüler, Kongresse, didacta) wird in 2011 kontinuierlich weiterentwickelt. // Erweiterung der Zielgruppen und Ausbau des Engagements (weitere Schularten und Altersklassen). //Die Website „genius-community.com“ wird in 2011 kontinuierlich erweitert und als „community“-Plattform für Kinder und Jugendliche positioniert..
Corporate-Volunteering-Ansatz. Implementierung eines betrieblich unterstützten Freiwilligen-programms innerhalb der Daimler AG.	2013	Im Blick auf die geplante Einführung eines betrieblich geförderten Freiwilligenprogramms der Daimler AG für gemeinnützige Zwecke haben wir im Rahmen des Sustainability Dialogue 2010 mögliche Handlungsfelder und gesellschaftliche Bedürfnisse für das freiwillige Mitarbeiterengagement diskutiert. // 2010 haben wir die 2008 begonnene Neugestaltung unseres Corporate Volunteering-Ansatzes fortgesetzt und weltweit an weiteren Standorten Aktivitäten ausgewertet und Handlungsfelder bestimmt.	Einführung eines betrieblich geförderten konzernweiten Freiwilligenprogramms für soziale Zwecke, das zentrale Leitlinien unseres Corporate-Volunteering-Ansatzes berücksichtigt.// Weitere Auswertung weltweiter Corporate-Volunteering-Aktivitäten und Ableitung von Handlungsbedarf im Blick auf die Erneuerung des Daimler Corporate Volunteering-Ansatzes.
Corporate-Volunteering - Initiativen. Ausbau von bestehenden Corporate Volunteering-Projekten und Implementierung eines betrieblich unterstützten Freiwilligen-programms innerhalb der Daimler AG.	2012	"Day of Caring"- Projekte in 13 Ländern - davon 2010 erstmals in Kroatien, Spanien, Tschechien/ Slowakei, Frankreich, Argentinien und China . Insgesamt waren 2.000 Volunteers beteiligt - davon 800 Volunteers in den 7 neuen Ländern. // Erstmals „Day of Caring“- Partnerschaft mit SOS Kinder-dörfern in Spanien, Kroatien und Tschechien/ Slowakei. Mitarbeiterprojekt „Schenk ein Lächeln“ – Verteilung von 1.000 Weihnachts-paketen an Kinder aus sozial benachteiligten Familien über die Tafel	Weiterer Ausbau der europäischen “Day of Caring”-Initiativen insbesondere e Russland und Portugal. // Konzeption und Umsetzung von Skilled-Based Volunteerings im Bereich “Financial Literacy“ in Deutschland. // Ausweitung des Projekts "Schenk ein Lächeln" von ca. 2.500 einbezogenen MitarbeiterInnen in 2010 auf rund 25.000 MitarbeiterInnen in Deutschland. // Im Jahr des 125jährigen

ZIEL	Zielhorizont/ Status Quo	Erreichtes 2010	Maßnahmen
		e.V. in Stuttgart und Berlin. // Konzeption des Mitarbeiterprojektes „Wir bewegen was –125 Mitarbeiter-projekte der Nachhaltigkeit“ mit Blick auf das Jubiläum „125 Jahre Automobil“ im Jahr 2011.	Jubiläums des Automobils werden 125 soziale und/oder ökologische Projekte gemeinnütziger Einrichtungen, an denen Daimler-Mitarbeiter in Deutschland ehrenamtlich in ihrer Freizeit mitwirken, mit bis zu max. € 5.000 unterstützt. Insgesamt werden max. € 625.000 zur Verfügung gestellt. Bewerbungsberechtigt sind rund 160.000 MitarbeiterInnen der Daimler AG in Deutschland.
Internationales-Empowerment-Engagement. Ausbau der bestehenden Empowerment-Initiativen von Daimler Financial Services in Äthiopien und Südafrika.	2012	Äthiopien: Seit Januar 2009 unterstützt die Mercedes- Benz Bank den Aufbau des Mikrokreditprogramms in der Region Midda. Bisher haben rund 1.200 Frauen das Grundlagentraining besucht und es sind erste Erfolge zu verbuchen. // Südafrika: In Zusammen-arbeit mit CARE wurde ein umfassendes Schulungsprogramm mit dem Schwerpunkt „Existenzsicherung“ entwickelt und umgesetzt. Darüber hinaus wurden Gesundheitsschulungen vor allem zum Leben mit AIDS und mit Folgekrankheiten wie Tuberkulose durchgeführt. Ergänzt wurden diese durch Buchhaltungsschulungen als Basis für das begleitende Mikrokredit-programm.	Äthiopien: Nach gemeinsamer Realisierung verschiedener Bildungseinrichtungen nun Umsetzung eines Mikrokredit-Projektes für Frauen (Ziel: 2.500) mit der Partnerorganisation „Menschen für Menschen“. // Südafrika: Fortsetzung der erfolgreichen Partnerschaft mit CARE sowie des Projekts „Youth Entrepreneurs Program“ zur Förderung angehender Unternehmer (Ziel 1.000).

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Unternehmertum und gesellschaftliche Verantwortung gehören für uns, wo immer wir tätig sind, zusammen. Als global aufgestelltes Unternehmen sind wir mit unseren Produktionsstätten und Niederlassungen in vielen Ländern präsent. Wir stehen als Arbeit- und Auftraggeber im vielfältigen Austausch mit unserem regionalen Umfeld. Daraus erwachsen für uns der Auftrag und die Chance, das gesellschaftliche Umfeld unserer Standorte aktiv mitzugestalten und den Dialog zwischen den Kulturen zu fördern.

Wir wollen Werte für alle Stakeholder schaffen und zur Wettbewerbsfähigkeit einer Region beitragen. Unser breites gesellschaftliches Engagement bündeln wir in fünf Bereichen: Spenden, Sponsoring, Stiftungsförderung, Corporate Volunteering und andere gemeinwohlorientierte Tätigkeiten sowie Community Relations. Bei den Themen, für die wir uns einsetzen, unterscheiden wir zwischen der Förderung von Kultur, Bildung, Wissenschaft, Sport und Gesundheit, der Unterstützung karitativer Projekte sowie Katastrophenhilfe. Bei all unseren Aktivitäten pflegen wir einen engen Dialog mit den Kommunen und gesellschaftlichen Institutionen vor Ort und berücksichtigen die gegebene Infrastruktur ebenso wie gesamtgesellschaftliche Belange.

2010 hat Daimler gemeinnützige Institutionen und gesellschaftliche Projekte in einem Umfang von 51,1 Mio. Euro unterstützt (ausschließlich Projektmittel). Zudem erfolgte eine Zustiftung in Höhe von 88 Mio. Euro in das Vermögen der Daimler und Benz Stiftung.

Auswahl von gemeinnützigen und gesellschaftlichen Projekten 2010 – weltweit

Themenbereich	Institution / Projekt	Land
Bildung	CYYD / Each girl is a star	Türkei
	MobileKids / Verkehrserziehung	weltweit
	Juan Manuel Fangio Foundation / Technical School	Argentinien
	Kinderakademie / Finanztraining für junge Leute	Deutschland
	St Anthony's Education Centre / Education Centre for Skills Development	Südafrika
Kunst und Kultur	Staatsgalerie Stuttgart / freier Eintritt/Mitarbeiteraktionen	Deutschland
	Art Beijing / Kunstmesse	China
	Art Scope / Förderstipendien	Japan
	Tomie Ohtake Instiute / Ausstellungsreihe	Brasilien
	Villa Romana / Kunst-Förderstipendien	Deutschland
	Deutscher Musikrat / Nachwuchsförderung	Deutschland
Charity/ Gemeinwesen	Laureus Stiftung / Kinder-/Jugendprojekte	weltweit
	Ekukhanyeni / Home of Light and Hope/Jugendprojekt	Südafrika
	Ärzte der Welt e.V. / Projektförderung	weltweit
	Deutsche Cleft-Kinderhilfe e.V. / Aufbau Zentrum in Mumbai	Indien
	SABCOHA / Trucking Wellness/AIDS-Prävention	Südafrika
	CARE e.V. / Mikrokredite	weltweit
	Day of Caring / Gestaltung von Einrichtungen für Kinder und Jugendliche	weltweit
Wissenschaft/ Technologie/ Umwelt	World Expo Shanghai 2010 / Urban Planet	China
	The Conservation Fund / Support von Green Entrepreneurs	USA
	Global Nature Fund / Seennetzwerk, Living Lakes	weltweit
	Daimler-Fonds / Dotierung zur Projektförderung	Deutschland
	Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft / Programmaktivitäten	Deutschland
Katastrophenhilfen	Clinton Foundation / Erdbebenhilfe Haiti	Haiti
	CARE e.V. / Erdbebenhilfe Haiti	Haiti
	Deutsches Rotes Kreuz / Flutkatastrophe Pakistan	Pakistan

GRUNDSÄTZE FÜR SPENDEN UND SPONSORING

Wir wollen erkennbaren gesellschaftlichen Nutzen stiften und unser Engagement kontinuierlich weiterentwickeln. Deswegen setzen wir inhaltliche Schwerpunkte bei unserer Fördertätigkeit und haben für die Vergabe von Mitteln transparente Strukturen und klare Verantwortlichkeiten geschaffen.

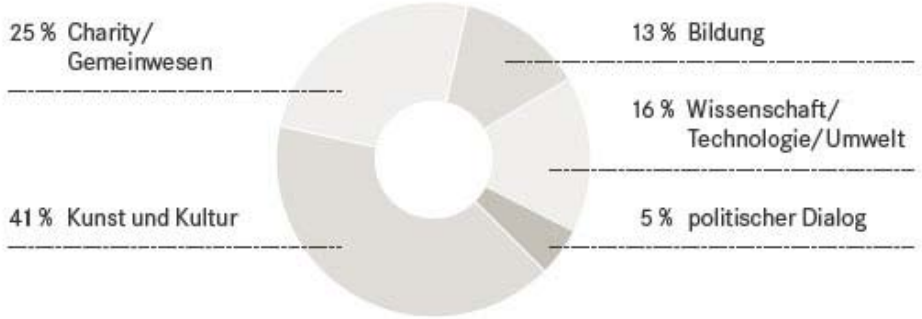
Ein Spenden- und Sponsoringausschuss des Vorstands koordiniert die Aktivitäten des Konzerns. In enger Abstimmung mit den jeweiligen Produktionsstandorten und Werksleitungen definiert und verantwortet er die landes- und regionalpolitischen Handlungsfelder. Er prüft und entscheidet über alle substanziellen Projekte und Fördervorhaben. Bei der Vergabe von Fördermitteln legen wir Wert auf größtmögliche Transparenz. Im Jahr 2009 haben wir eine Sponsoringrichtlinie verabschiedet, die für unsere Zuwendungen sowohl nachvollziehbare Vergabekriterien als auch die Einhaltung bestehender rechtlicher Bestimmungen und ethischer Standards gewährleistet. Außerdem pflegen wir seit 2007 eine Datenbank, in der wir konzernweit alle Aktivitäten in den Bereichen Spenden und Sponsoring erfassen.

Bei Zuwendungen an politische Parteien hält sich Daimler strikt an die Gesetze sowie an die 2006 eingeführte unternehmensinterne Leitlinie. Danach sind Spenden an Parteien nur dann zulässig, wenn hierfür ein ausdrücklicher Vorstandsbeschluss vorliegt.

Parteispendenpraxis in den USA

In den USA sind Firmenspenden an Politiker oder Parteien gesetzlich verboten. Manager können jedoch über „Political Action Committees“ (PAC) freiwillige Beiträge zur Unterstützung von Wahlkämpfen leisten – eine bei Mitarbeitern von Firmen mit starker US-Präsenz weitverbreitete Praxis. Die Beteiligung in einem PAC ist absolut freiwillig, Mitarbeiter müssen die Mitwirkung ablehnen können, ohne Repressalien zu fürchten. Das Unternehmen hat keinen Einfluss darauf, welche Kandidaten das PAC unterstützt. Möglichkeiten zur Einrichtung eines PAC in den USA für die berechtigten Mitarbeiter von Daimler Nordamerika werden weiterhin geprüft.

30 Spenden und Sponsoring im Jahr 2010



Angaben exklusive der Zustiftung in Höhe von 88 Mio. Euro in das Vermögen der Daimler und Benz Stiftung

SPENDEN

Mit finanziellen Zuwendungen tragen wir zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen und existenzieller Not bei und wollen so nachhaltig Hilfe zur Selbsthilfe leisten.

Im Mittelpunkt unserer Spendentätigkeit stehen neben der Wissenschafts- und Bildungsförderung die Unterstützung karitativer Projekte und die Katastrophenhilfe. Außerdem verzichtet das Unternehmen seit 2008 bei weltweiten Fahrzeugpräsentationen auf Gastgeschenke und unterstützt stattdessen die Arbeit gemeinnütziger Einrichtungen mit einem entsprechenden Betrag. Im Jahr 2010 ging diese Spende an die Hilfsorganisation „Ärzte der Welt“ für karitative Projekte in Spanien, Deutschland, den USA, Frankreich, Italien und Österreich. Weil ein Notfall schnelle und effektive Hilfsleistungen erfordert, haben wir 2009 für die Katastrophenhilfe einen eigenen Prozess installiert. Auf dieser Basis konnten wir auch bei dem Erdbeben in Haiti im Januar und der Flutkatastrophe in Pakistan im Juli und August 2010 unmittelbar reagieren und überzeugende Hilfsprojekte für unser Engagement auswählen.

Ausschließlich in Deutschland hat Daimler 2010 zur Unterstützung der demokratischen Strukturen Spenden an Parteien vergeben. Beschlossen wurden, wie schon 2009, Zuwendungen in Höhe von 425.000 Euro. Davon erhielten CDU und SPD je 150.000 Euro, die FDP 45.000 Euro und CSU sowie BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN je 40.000 Euro.

SPONSORING

Mit unseren Sponsoringaktivitäten wollen wir eine nachhaltige Entwicklung in Kernbereichen gesellschaftlicher Verantwortung – insbesondere in den Bereichen Bildung, Umwelt, Kunst und Kultur an unseren Standorten – vorantreiben. Zum Beispiel unterstützen wir seit vielen Jahren als Sponsor die Staatsgalerie Stuttgart und schaffen damit kulturelle Bildungsangebote nicht nur für Daimler-Mitarbeiter und ihre Familien.

CORPORATE VOLUNTEERING UND ANDERE GEMEINWOHLORIENTIERTE TÄTIGKEITEN

Gute Nachbarschaft an unseren Standorten liegt uns am Herzen, darum machen wir uns stark für ein funktionierendes Gemeinwesen. Davon profitieren auch unsere Mitarbeiter und unser Unternehmen als Ganzes. Wir fördern Bildung und Ausbildung und engagieren uns für den Ausbau von betriebsnahen Kinderbetreuungseinrichtungen. Außerdem bringen sich viele unserer Mitarbeiter in Nachbarschaftsprojekten ein und engagieren sich ehrenamtlich in gemeinnützigen Initiativen. 2010 haben wir „Genius – Die junge WissensCommunity von Daimler“ ins Leben gerufen, um mehr Kinder und Jugendliche für Technik und Naturwissenschaft zu begeistern.

STIFTUNGEN

Daimler hat Stiftungen gegründet, um Fördermittel langfristig und gezielt zu vergeben. So unterstützen wir etwa Forschung und Bildung, Kultur und Gesundheit sowie internationale Verständigung. Zudem bündeln wir in einigen Bereichen unsere gesellschaftlichen Aktivitäten in Stiftungen.

Ende des Jahres 2010 hat der Vorstand beschlossen, anlässlich des Jubiläums „125 Jahre Automobil“ das Kapital der Daimler und Benz Stiftung auf insgesamt 125 Mio. Euro aufzustocken.

Unsere Unternehmensstiftungen

Stiftung	Förderschwerpunkte	Fördermittel 2010
Daimler und Benz-Stiftung (1986)	Wissenschaftsförderung in den Bereichen Mensch, Umwelt und Technik	0,87 Mio. Euro (2009: 1,38 Mio. Euro)
Daimler-Fonds im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft (1975)	Forschung und Lehre des wissenschaftlichen Nachwuchses und dessen internationale Zusammenarbeit	1,16 Mio. Euro (2009: 1,35 Mio. Euro)
Laureus Sport for Good Stiftung Deutschland (2009)	Karitative Kinder- und Jugendprojekte	0,92 Mio. Euro (2009: 0,35 Mio. Euro)
Daimler Foundation in Japan (2002)	Kulturprogramme und Wohltätigkeitsprojekte	11,5 Mio. JPY (2009: 11,5 Mio. JPY)

COMMUNITY RELATIONS

In unserer Rolle als Arbeitgeber wie als Auftraggeber tragen wir Verantwortung für die Entwicklung der Region, in der wir tätig sind – nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht. Auch ordnungspolitische Rahmenbedingungen und andere politische Fragen sind für uns ein Thema. Deshalb wirken wir bei der Gestaltung unseres Umfeldes mit, indem wir die Wettbewerbsfähigkeit der jeweiligen Region stärken und zur Bewältigung sozialer, ökologischer oder bildungspolitischer Herausforderungen beitragen. In unserem Engagement berücksichtigen wir sowohl die Erwartungen der Stakeholder in unserem Unternehmensumfeld als auch die spezifischen Herausforderungen und Strukturen einer Region. So sind beispielsweise in Deutschland die Regierungen der Bundesländer, die Landkreise und Kommunen unserer Produktionsstandorte erste Ansprechpartner für einen engen wechselseitigen Austausch; in übergeordneten Fragen wenden wir uns an die entsprechenden Institutionen des Bundes. Mit zahlreichen lokalen und regionalen sozialen Einrichtungen und Umweltinitiativen sowie nicht zuletzt mit den Bürgern unserer Standortgemeinden pflegen wir einen ebenso intensiven Dialog.

Zusätzlich arbeiten Vertreter unseres Unternehmens in verschiedenen regionalen Gremien, Verbänden und Initiativen mit, wie etwa in Industrie- und Handelskammern, den Landesverbänden der Industrie sowie in Förderkreisen von Universitäten, Hochschulen und kulturellen Einrichtungen. Beispiele für lokale Initiativen, in denen wir aktiv mitwirken, sind die Metropolregion Rhein-Neckar, das Forum Region Stuttgart e.V. und das Forum der Kulturen Stuttgart e.V. Auf diese Weise können wir unsere Ideen etwa zur Verkehrsinfrastruktur, zu neuen Mobilitätskonzepten, Elektromobilität oder Leichtbau bei den verantwortlichen Entscheidungsträgern platzieren und damit zu nachhaltigem Wachstum an unseren Standorten beitragen. Dabei legen wir, neben der Sicherstellung eines Rahmens, der ein erfolgreiches Wirtschaften erst ermöglicht, großen Wert auf ein ganzheitliches, sozial und ökologisch ausgerichtetes Wirken in unseren Standortgemeinden.

AKTUELLE PROJEKTE

Unser gesellschaftliches Engagement hat viele Facetten – eine kleine Auswahl unserer aktuellen Projekte

DFB-Integrationspreis. Welche Sprache jemand spricht und welchem Kulturkreis er angehört, spielt auf dem Sportplatz keine Rolle. Diese verbindende Kraft machen sich viele Schulen und Vereine zunutze, um soziale Projekte anzustoßen und zu begleiten. Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) und Mercedes-Benz möchten dieses Engagement unterstützen und schreiben deswegen seit 2007 jedes Jahr einen Integrationspreis aus.

Unter dem Motto „Fußball: viele Kulturen – eine Leidenschaft“ zeichnet er Vereine, Schulen und andere Institutionen aus, die Fußballinitiativen für Kinder und Jugendliche, insbesondere für Mädchen, erfolgreich umgesetzt haben. Mit Sach- und Geldpreisen im Wert von 150.000 Euro ist der Integrationspreis einer der höchstdotierten Sozialpreise in Deutschland.

Im Februar 2010 wurde bei der Preisverleihung in Duisburg in der Kategorie Vereine der BV Altenessen 06 e.V., ein Stadtteilverein aus Essen, ausgezeichnet. In Kooperation mit fünf Grund-, einer Haupt- und einer Realschule, einem Gymnasium sowie einer Moschee fördert der Verein vor allem den Mädchenfußball. Innerhalb von drei Jahren ist es ihm gelungen, die Mitgliederzahl zu verdoppeln. In der Kategorie Schulen beeindruckte die Fridtjof-Nansen-Grundschule aus Hannover. In Zusammenarbeit mit dem Verein Borussia Hannover bietet die Schule, die in einem sozialen Brennpunkt liegt, mehrere Mädchenfußball-AGs an. Insbesondere werden Mädchen aus muslimischen Familien ermutigt, eine Fortbildung als Schulsportassistentin, Schiedsrichterin oder Übungsleiterin zu belegen – ein erfolgreiches Modellprojekt des DFB.

Genius – Die junge WissensCommunity von Daimler

Schon heute gibt es in Deutschland zu wenig Ingenieure. Um mehr Kinder und Jugendliche für Technik und Naturwissenschaft zu begeistern, haben wir „Genius – Die junge WissensCommunity von Daimler“ ins Leben gerufen. Die neue Onlineplattform gibt Schülern wertvolle Einblicke in die Technologien von morgen und stellt ihnen Berufsbilder in der Automobilindustrie vor. Auf diese Weise wollen wir das Interesse an ingenieurwissenschaftlichen Berufen wecken.

Auch Lehrer können sich bei Genius über moderne Mobilitätskonzepte und deren aktuelle Fragestellungen informieren. Dazu erhalten sie Fortbildungsangebote und geeignete Materialien, die sie im Unterricht einsetzen können. Besonders attraktiv für Kinder und Jugendliche sind die vielen interaktiven Anwendungen. Zur Zielgruppe der Website gehören schließlich auch Eltern sowie die interessierte Öffentlichkeit: Sie alle können hier Wissenswertes aus Naturwissenschaft und Technik entdecken.

Themenschwerpunkt von Genius ist die „Mobilität der Zukunft“: Vorgestellt werden die unterschiedlichen ressourcenschonenden Antriebstechnologien, an denen wir unseren Anspruch auf Green Technology Leadership festmachen. Durch eigens gestaltete Lerninhalte und Unterrichtsmaterialien werden diese Themen für den Alltag der Schüler verständlich aufbereitet.

Mit dem Ziel, das Thema „Mobilität der Zukunft“ im Lehrplan für das Fach „Naturwissenschaft und Technik“ an den Gymnasien zu verankern, arbeitet Genius auch mit dem Kultusministerium von Baden-Württemberg zusammen: In einem Pilotprojekt haben Ingenieure und Lehrer

gemeinsam Unterrichtseinheiten entwickelt, die künftig über den Bildungsserver des Landes Baden-Württemberg allgemein zugänglich sind. Weitere Gebiete der Zusammenarbeit werden folgen. Bereits jetzt kooperiert Genius mit Klett MINT, einem Unternehmen der Klett Gruppe, um Unterrichtsmaterialien alters- und lehrplangerecht aufzubereiten und Schulen anzubieten.

Young Arab Leaders bei Daimler. Um Dialog und Wissensaustausch geht es bei der Kooperation von Daimler mit der Organisation Young Arab Leaders (YAL). Seit 2007 kommen arabische Studierende und europäische Fach- und Führungskräfte in diesem Rahmen zusammen. Insgesamt 73 Nachwuchskräfte aus dem arabischen Wirtschaftsraum bekamen die Möglichkeit, einen Praxiseinsatz an einem deutschen Konzernstandort zu absolvieren. Der Fokus liegt auf einem Wissensaustausch in den Bereichen Unternehmertum, Führungskräfteentwicklung und Bildung. Die Programmteilnehmer profitieren in hohem Maße von ihrer Arbeit in einem anderen kulturellen Umfeld und dem dabei entstandenen Netzwerk. Auf diese Weise werden sie auch darin unterstützt, zur Weiterentwicklung ihrer nationalen Wirtschaft beizutragen.

Laureus Sport for Good Stiftung

„Sport hat die Kraft, die Welt zu verändern“ (Nelson Mandela, 2000). Daimler hat deswegen gemeinsam mit Richemont die Laureus Sport for Good Foundation ins Leben gerufen. Die Stiftung will mit den Mitteln des Sports sozialen Wandel befördern und unterstützt derzeit weltweit über 80 Projekte. Sie kommen vor allem Kindern und Jugendlichen zugute, die Armut, Obdachlosigkeit, Krieg, Gewalt oder Diskriminierung ausgesetzt sind oder unter AIDS und Drogenmissbrauch leiden.

Mitglieder der Laureus World Sports Academy – 46 der erfolgreichsten Sportler aller Zeiten – und weitere prominente Persönlichkeiten engagieren sich ehrenamtlich als Botschafter für die Projekte und werben in der Öffentlichkeit für Spenden. Zu den Aktiven zählen unter anderem Katharina Witt, Franz Beckenbauer, Ex-Leichtathlet Edwin Moses, Rennfahrer Mika Häkkinen sowie die Tennisstars John McEnroe und Martina Navratilova.

Seit ihrer Gründung im Jahr 2000 hat die Stiftung bereits über 40 Mio. Euro an Spendengeldern eingesetzt. Mehr als eine Million Kinder und Jugendliche haben davon bislang profitiert. In mehreren Ländern rund um die Welt wurden nationale Laureus-Stiftungen gegründet – darunter in den USA, Südafrika, Frankreich und jüngst in Argentinien. Als erste ging 2001 die Laureus Sport for Good Stiftung Deutschland unter dem Vorsitz von Tennislegende Boris Becker 2001 an den Start, seit 2009 gehört auch Österreich zu ihrem Aktionsbereich.

Sieben Laureus-Projekte gibt es derzeit in Deutschland: Im Hochseilgarten „KICK – The Ropes“ in Berlin lernen Kinder und Jugendliche, wie man Teamgeist entwickelt, vorausschauend denkt und Verantwortung übernimmt. Im KICKFORMORE-Projekt unter der Schirmherrschaft von Axel Schulz steht Toleranz an oberster Stelle: Die Straßenfußball-Liga kennt keine Schiedsrichter – die Regeln werden von den jugendlichen Spieler selbst festgelegt und durchgesetzt. Die Liga richtet sich an Kinder und Jugendliche aus sozialen Brennpunkten an sieben Standorten in Baden-Württemberg und dient vor allem der Integration von Jugendlichen verschiedener Herkunft.

Die Laureus Sports for Good Stiftung ist der gemeinnützige Arm der Laureus World Sports Awards. Ebenfalls von Daimler und Richemont begründet zeichnen sie alljährlich die besten Sportler der Welt aus. Die feierliche Verleihung bietet regelmäßig auch für die Vorstellung der Stiftungsarbeit eine prominente Bühne.

Weitere Projekte:

- Unser Engagement für Bildung
- Unser Engagement für Gemeinwesen und Soziales
- Unser Engagement für Kunst & Kultur
- Unser Engagement in Wissenschaft, Forschung und Umwelt

MENSCHENRECHTE

Wir bekennen uns zur Einhaltung der Menschenrechte und setzen uns in unserem Einflussbereich aktiv für ihre Wahrung ein. Dabei orientieren wir uns an der UN-Menschenrechtscharta, den ILO-Kernarbeitsnormen, den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen, den Prinzipien des UN Global Compact sowie dem aktuellen Stand des Frameworks „Protect, Respect and Remedy“ von Prof. John Ruggie. Zudem sind wir auch als Mitglied der im Januar 2010 in Davos vorgestellten LEAD-Gruppe aktiv. Interne Grundsätze, wie unser Integrity Code, unsere CSR-Prinzipien, Betriebsvereinbarungen und die Nachhaltigkeitsrichtlinie für Lieferanten sind davon abgeleitet. Alle Menschenrechte sind uns wichtig. Als Automobilhersteller liegt für uns das Hauptaugenmerk dabei auf Arbeitnehmerrechten, wie der Vereinigungsfreiheit, dem Recht auf Tarifverhandlungen, der Achtung von Chancengleichheit sowie dem Recht „Gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit“. Wir lehnen Zwangsarbeit ab und setzen uns für die effektive Abschaffung ausbeuterischer Kinderarbeit ein. Um die Einhaltung von Menschenrechten in unserem operativen Geschäft rund um die Welt sicherzustellen, arbeiten wir an einer noch besseren Definition der Verantwortlichkeiten und Kommunikationsstrukturen. Eine zentrale Rolle übernimmt auch für Menschenrechtsfragen unser Business Practices Office (BPO), das Hinweise auf Gesetzes- und Regelverstöße – auch anonym – entgegennimmt. In potenziellen Verdachtsfällen, beispielsweise in der Lieferkette, können wir auf eine eingespielte Zusammenarbeit mit unserer Weltarbeitnehmervertretung (WEC) bauen.

Verantwortung und Dialog. Beim „Sustainability Dialogue 2009“ haben wir zugesagt, unser Engagement verstärkt zwei Gesichtspunkten zu widmen: Um unsere besondere unternehmerische Verantwortung in Bezug auf die Menschenrechte noch besser zu erfassen und die Zuständigkeiten von Politik und Wirtschaft klar abzugrenzen, stehen wir im Dialog mit staatlichen und nicht staatlichen Institutionen. Auf dieser Basis thematisieren wir Menschenrechtsfragen in unseren Mitgliedsgremien (z. B. dem VDA) und werben für gemeinsame Industrieinitiativen.

Außerdem haben wir uns verpflichtet, das Bewusstsein für Menschenrechte unternehmensintern zu stärken und in maßgeblichen Prozessen noch besser zu verankern. So haben wir im vergangenen Jahr das für alle Verwaltungsangestellten weltweit verbindliche webbasierte „Code of Conduct“-Training um ein Menschenrechtsmodul erweitert. Dieses wurde gemeinsam mit einer Menschenrechtsorganisation entwickelt. Zusätzlich haben wir 2010 weltweit Präsenztrainings zur Korruptionsprävention durchgeführt, die das Thema Menschenrechte beinhalten. In Compliance-Trainings für neu ernannte Führungskräfte und für alle Teilnehmer des Daimler-Trainee-Programms werden Menschenrechtsfragen ebenfalls behandelt.

Human Rights Impact Assessment. Beim „Sustainability Dialogue 2010“ konnten wir zudem unsere Pläne für ein „Human Rights Impact Assessment“ konkretisieren. Unser Vorhaben haben wir anhand eines konkreten Länderbeispiels mit dem Landesverantwortlichen sowie international anerkannten Menschenrechtsexperten diskutiert. Anknüpfend daran wollen wir im Jahr 2011 ein vorsorgendes Risikomanagement in Bezug auf Menschenrechtsfragen entwickeln. Hierzu zählt die systematische Evaluation unserer Standorte unter Menschenrechtsgesichtspunkten. Auf dem Weg zu einer integrierten Betrachtung von Menschenrechtsfragen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette wollen wir außerdem die Bereiche Einkauf und Vertrieb verstärkt einbinden.

Weitere Informationen:

- Verhaltensrichtlinie (PDF, 156 KB)
- Code of Ethics (PDF, 156 KB)
- Daimler-Richtlinie zur Nachhaltigkeit für Lieferanten (PDF, 108 KB)
- Daimler Lieferantenportal (Download Richtlinie in verschiedenen Sprachen)

Der Bezugsrahmen unserer Menschenrechtsgrundsätze

Das Recht auf ...	Quelle	Zusätzliche Quelle

1 United Nations (1948). Allgemeine Erklärung der Menschenrechte. New York: United Nations

Das Recht auf ...	Quelle	Zusätzliche Quelle
2 ILO (1998). Erklärung über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit. Geneva: ILO		
3 OECD (2000). OECD-Leitlinien für multinationale Unternehmen. Paris: OECD		
4 United Nations Global Compact		
5 ILO (1998). Erklärung über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit. Geneva: ILO		
6 ILO (1998). Erklärung über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit. Geneva: ILO		
Versammlungsfreiheit	UDHR Art. 20	ILO Art. 2/a, GC3
Organisation und Teilnahme an Tarifverhandlungen	UDHR Art. 23/4	ILO Art. 2/a; OECD IV Art. 1/a; OECD IV Art. 2, 7&8, GC3
Nichtdiskriminierung	UDHR1 Art. 2	ILO2 Art. 2/b; OECD3 IV Art. 1/d, GC4 6
Abschaffung von Sklaverei und Zwangsarbeit	UDHR Art. 4	ILO5 Art. 2/b; ILO C105, C29
Abschaffung von Kinderarbeit	UDHR Art. 20	ILO Art. 2/a, GC3
gleichen Lohn für gleiche Arbeit	UDHR Art. 23/2	ILO Art. 2/d; OECD IV Art. 1/d, GC6
Gleichheit bei der Arbeit	UDHR Art. 23/1	ILO6 Art. 2/d; OECD IV Art. 1/d, GC6
gerechte und befriedigende Entlohnung	UDHR Art. 23/3	
eine sichere Arbeitsumgebung	UDHR Art. 23/1	OECD IV Art. 4/b
Erholung und Freizeit	UDHR Art. 24	
Familienleben	UDHR Art. 16	

INTERVIEW MARTIN JÄGER

Wo verlaufen, angesichts der Vielzahl von Ländern und Regionen, in denen Daimler tätig ist, die Grenzen der Verantwortung für die Einhaltung von Menschenrechten?
Martin Jäger: Menschenrechte haben universelle Gültigkeit. Deshalb müssen wir sie global betrachten. Die Standards, die wir anlegen, gelten weltweit. Jedes verkaufte Fahrzeug hat im Verlauf der Wertschöpfungskette eine weite Reise hinter sich. Jeder Wertschöpfungsschritt muss ethisch einwandfrei vollzogen werden, egal wo auf der Welt.

Was schließt diese Verantwortung vor allem ein? Und wo endet sie?
Jäger: Der Schutz von Menschenrechten liegt in der Verantwortung der Regierungen. Ihre Achtung und Einhaltung aber geht alle an. Hier sehen wir uns in der Pflicht. Um unsere unternehmerische Verantwortung den neuen Anforderungen anzupassen, stehen wir im Dialog mit der Politik und mit Menschenrechtsorganisationen. Dabei stützen wir uns auch auf die bewährte Vorarbeit anderer, wie etwa das Framework „Protect, Respect and Remedy“ des UN-Sonderbeauftragten für Menschenrechte und transnationale Unternehmen, John Ruggie.

Martin Jäger
Leiter Global External Affairs and Public Policy

Auch als Unterzeichner des Global Compact und Mitglied in dessen im Januar 2010 in Davos vorgestellter LEAD-Gruppe gehen wir in puncto Menschenrechte ein klares Commitment ein. Entscheidend ist immer der „Impact“, der Einfluss, den wir als Unternehmen haben. Allerdings wollen wir uns nicht für Missstände verantwortlich machen, die wir nicht beeinflussen können.

Durch welche konkreten internen Regeln und Maßnahmen sorgt Daimler dafür, dass seine Unternehmenstätigkeit Menschenrechtsverletzungen nicht erlaubt und sie auch nicht direkt oder indirekt begünstigt?
Jäger: Die „Daimler-Verhaltensrichtlinie“ und unsere „Grundsätze zur sozialen Verantwortung“ bilden den Rahmen, der den Mitarbeitern eine neue und verlässliche Orientierung gibt. So wird in unseren Compliance-Trainings auch auf das Thema Menschenrechte eingegangen, die ohne Wenn und Aber zu achten sind. Die „Nachhaltigkeitsrichtlinie“ tut dies für die Zulieferer. Kontrolle allein wird uns dabei nicht zum Ziel bringen. Im Kern geht es darum, dass unsere Mitarbeiter aus Überzeugung richtig handeln. All diese Anstrengungen wollen klug und umfassend angewendet und auch nach außen sichtbar werden. Mit unserem neuen Vorstandsressort für Integrität und Recht setzen wir hier ein deutliches Zeichen.

> „Der Schutz von Menschenrechten liegt in der Verantwortung der Regierungen. Ihre Achtung und Einhaltung aber geht alle an.“

Welche operativen Konsequenzen zieht Daimler, um Menschenrechtsverletzungen gegebenenfalls zu unterbinden oder eine – direkte oder indirekte – Beteiligung daran zu vermeiden?
Jäger: Zunächst versuchen wir natürlich, mögliche Gefahrenherde für Menschenrechtsverletzungen gar nicht erst entstehen zu lassen, etwa durch unsere Planungen zur Etablierung eines „Human Rights Impact Assessment“ oder die vermehrte Schulung unserer Partner. Dort, wo wir auf Basis unseres Anspruchs an eine verantwortungsvolle Unternehmensführung keine andere Möglichkeit mehr sehen, ziehen wir die operative Konsequenz und beenden die Geschäftsbeziehung. Beispielsweise erhält der Präsident von Simbabwe von uns seit Jahren keine Fahrzeuge mehr.

Wie arbeitet Daimler mit Institutionen aus Politik und Gesellschaft zusammen, um die Einhaltung der Menschenrechte zu stärken und demokratische Strukturen zu fördern?
Jäger: Wir befinden uns im ständigen Dialog mit politischen und gesellschaftlichen Stakeholdern, so etwa bei unserem „Sustainability Dialogue“ in Stuttgart und auch international, zum Beispiel in China. Wir thematisieren unsere Menschenrechtsinitiativen und holen Feedback von Experten ein. Bei der Veranstaltung 2010 bestand Einigkeit darüber, dass der Rückzug aus kritischen Ländern lediglich das letzte Mittel für ein Unternehmen sein

sollte. Zunächst sollten alle Chancen ergriffen werden, durch Investitionen und das Engagement vor Ort den Wohlstand zu mehren und einen Beitrag für die Achtung des Rechts zu leisten. Deshalb werden wir nicht nachlassen, diesen Dialog zu führen.

Daimler

360

Fakten zur Nachhaltigkeit

http://nachhaltigkeit.daimler.com

GRI-Index

2011

GRI-Index 2011 Daimler AG

		Seite (Print)	Kapitel/Unterkapitel	Web (Verweis-Nr.)	Geschäfts-Bericht (S.)	Ergänzende Informationen	Erfüllungs-grad
Strategie und Analyse							
C 1.1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation (z. B. Geschäftsführer, Vorstandsvorsitzender oder die jeweilige leitende Position) über den Stellenwert der Nachhaltigkeit für die Organisation und im Rahmen ihrer strategischen Ausrichtung.	5	Editorial			-	100
C 1.2	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen.	9	Über diesen Bericht, GB Risikomanagement			-	100
Organisationsprofil							
C 2.1	Name der Organisation	19	Das Unternehmen			-	100
C 2.2	Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen.	19	Das Unternehmen			-	100
C 2.3	Organisationsstruktur einschließlich der Hauptabteilungen, der verschiedenen Betriebsstätten, Tochterunternehmen und Joint Ventures.	19	Das Unternehmen			-	100
C 2.4	Hauptsitz der Organisation.	19	Das Unternehmen			-	100
C 2.5	Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist und Namen der Länder, in denen Hauptbetriebsstätten angesiedelt sind oder die für die im Bericht abgedeckten Nachhaltigkeitsthemen besonders relevant sind.	22-24	Das Unternehmen	106		-	100
C 2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform.	25	Das Unternehmen			-	100
C 2.7	Märkte, die bedient werden (einschließlich einer Aufschlüsselung nach Gebieten, abgedeckten Branchen und Kundenstruktur).	19	Das Unternehmen			-	100
C 2.8	Größe der berichtenden Organisation einschließlich der folgenden Angaben: • Anzahl der Arbeitnehmer • Nettoumsatz (für privatwirtschaftliche Unternehmen) oder Nettoerlöse (für öffentlich-rechtliche Einrichtungen) • Gesamtkapitalisierung, aufgeschlüsselt nach Verbindlichkeiten und Eigenkapital (für privatwirtschaftliche Unternehmen), und • Anzahl der angebotenen Produkte oder Dienstleistungen.	19 ff. 67-74	Das Unternehmen/Kapitel Mitarbeiter/GB			-	100
C 2.9	Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse im Berichtszeitraum: • Veränderungen in Bezug auf den Standort oder die Betriebstätigkeit, einschließlich der Eröffnung und der Schließung oder Erweiterung von Fabriken, und • Veränderungen in der Beteiligungsstruktur und andere Maßnahmen der Kapitalbildung, -aufrechterhaltung und -änderung (für privatwirtschaftliche Unternehmen).	24, 25	Das Unternehmen/GB		63, 67		100
C 2.10	Im Berichtszeitraum erhaltene Preise.	2				Im Jahr 2010 hat Daimler folgende Preise gewonnen • „Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2010" für Mercedes-Benz Atego und BlueTec Hybrid. • 'berufundfamilie' Zertifikat für die Standorte : Werk Kassel, Werk Mannheim/Busse, Werk Wörth und Werk Ulm/Bus	100
Berichtsparameter							
C 3.1	Berichtszeitraum (z. B. Haushaltsjahr/Kalenderjahr) für die im Bericht enthaltenen Informationen.	8	Über diesen Bericht			-	100
C 3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts, falls vorhanden.	8	Über diesen Bericht			-	100
C 3.3	Berichtszyklus (jährlich, halbjährlich usw.).	8	Über diesen Bericht			-	100
C 3.4	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht und seinem Inhalt.	87	Impressum			-	100
C 3.5	Die Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts, einschließlich: • Bestimmung der Wesentlichkeit, • Festlegen der Prioritäten der einzelnen Themen im Bericht und • Ermittlung der Stakeholder, bei denen die Organisation davon ausgeht, dass diese den Bericht verwenden werden.	8 – 15 37 - 39	Über diesen Bericht 02 - 8.0			-	100
C 3.6	Berichtsgrenze (z. B. Länder, Abteilungen, Tochter-unternehmen, gepachtete Fabriken, Joint Ventures, Zulieferer).	8	Über diesen Bericht	002		-	100
C 3.7	Geben Sie besondere Beschränkungen des Umfangs oder der Grenzen des Berichts an.	8	Über diesen Bericht			-	100
C 3.8	Die Grundlage für die Berichterstattung über Joint Ventures, Tochterunternehmen, gepachtete Anlagen und ausgelagerte Tätigkeiten sowie andere Einheiten, die die Vergleichbarkeit der Berichtszeiträume oder der Angaben für verschiedene Organisationen erheblich beeinträchtigen kann.	8	Über diesen Bericht/GB			-	100
C 3.9	Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen fur Daten, die für Indikatoren und andere Informationen im Bericht verwendet werden, einschließlich der den Schätzungen zugrunde liegenden Annahmen und Techniken.	8	Über diesen Bericht	002		-	100
C 3.10	Erläutern Sie, welche Auswirkung die neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten hat und warum die Informationen neu dargestellt wurden (z. B. Fusionen/Übernahmen, neue Referenzjahre/-zeiträume, Art des Geschäfts, Messmethoden).	8	Über diesen Bericht			-	100
C 3.11	Wesentliche Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der verwendeten Messmethoden gegenüber früheren Berichtszeiträumen.	8	Über diesen Bericht	002		-	100
C 3.12	Der Index gibt in Form einer Tabelle an, an welcher Stelle im Bericht die Standardangaben enthalten sind.	8, 84	Über diesen Bericht	701		-	100
C 3.13	Richtlinien und zurzeit angewendete Praxis im Hinblick auf die Bestätigung des Berichts durch externe Dritte. Erläutern Sie den Umfang und die Grundlage für die externe Prüfung, falls dies nicht bereits in dem Prüfbericht zum Nachhaltigkeitsbericht erläutert wird. Erklären Sie auch die Beziehung der berichtenden Organisation zu der Stelle bzw. den Stellen, die die Angaben im Bericht bestätigen.	8, 63 75, 86	4 5	001		-	50

		Seite (Print)	Kapitel/Unterkapitel	Web (Verweis-Nr.)	Geschäfts-Bericht (S.)	Ergänzende Informationen	Erfüllungs-grad
Governance, Verpflichtungen und Engagement							
C 4.1	Unter Corporate Governance wird hier die Führungsstruktur der Organisation verstanden. Dazu zählen auch Ausschüsse unter dem obersten Leitungsorgan, die für bestimmte Aufgaben, wie z. B. die Erarbeitung von Strategien oder die Aufsicht über die Organisation, zuständig sind.				148ff		100
C 4.2	Geben Sie an, ob der Vorsitzende des höchsten Leitungsorgans gleichzeitig Geschäftsführer ist. Falls dies der Fall ist, sollte seine Position im Management der Organisation und die Gründe für diese Regelung angegeben werden.				162	Dem deutschen Recht entsprechend sind die Aufgaben des Vorstandsvorsitzenden und des Aufsichtsratsvorsitzenden strikt voneinander getrennt.	100
C 4.3	Für Organisationen ohne Aufsichtsrat geben Sie bitte die Anzahl der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans an, die unabhängig oder keine Mitglieder der Geschäftsführung sind.					nicht zutreffend	0
C 4.4	Mechanismen für Inhaber von Anteilen und für Mitarbeiter, um Empfehlungen oder Anweisungen an das höchste Leitungsorgan zu adressieren.				161		100
C 4.5	Zusammenhang zwischen der Bezahlung der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans, der leitenden Angestellten und der Mitglieder der Geschäftsführung (einschließlich Abfindungen) und der Leistung der Organisation (einschließlich der gesellschaftlichen/sozialen und der ökologischen Leistung).	35 68	02-4.0 05-3.0		152 ff.		100
C 4.6	Bestehende Mechanismen, mithilfe derer das höchste Leitungsorgan sicherstellen kann, dass Interessenkonflikte vermieden werden.						100
C 4.7	Herangehensweise zur Bestimmung der Qualifikation und der Erfahrung der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans, um die Strategie der Organisation in den Bereichen Wirtschaft, Umwelt und Soziales zu lenken.					Entsprechend den Empfehlungen des deutschen Corporate Governance Code stellen Prozesse die Fachkenntnis bzw. Qualifizierung der Vorstandsmitglieder sicher. Die jährliche Entsprechenserklärung der Daimler AG zum Dt. Corp. Gov. Kodex siehe Internet.	100
C 4.8	Intern entwickelte Leitbilder, interner Verhaltenskodex und Prinzipien, die für die ökonomische, ökologische und gesellschaftliche/soziale Leistung der Organisation von Bedeutung sind, sowie die Art und Weise, wie diese umgesetzt werden.	22	01 – 2.2		165		100
C 4.9	Verfahren des höchsten Leitungsorgans, um zu überwachen, wie die Organisation die ökonomische, ökologische und gesellschaftliche/soziale Leistung ermittelt und steuert, einschließlich maßgeblicher Risiken und Chancen sowie der Einhaltung international vereinbarter Standards, Verhaltensregeln und Prinzipien.	22 29 – 39 79 - 83	01 – 2.2 02 06	101-105			100
C 4.10	Verfahren zur Bewertung der Leistung des höchsten Leitungsorgans selbst, insbesondere im Hinblick auf die ökonomische, ökologische und gesellschaftliche/soziale Leistung.	22 29 – 39	01 – 2.2 02	101-105			100
C 4.11	Erklärung, ob und wie die Organisation den Vorsorgeansatz bzw. das Vorsorgeprinzip berücksichtigt.	22 29 - 39	01 – 2.2 02				100
C 4.12	Extern entwickelte ökonomische, ökologische und gesellschaftliche/soziale Vereinbarungen, Prinzipien oder andere Initiativen, die die Organisation unterzeichnet bzw. denen sie zugestimmt hat oder denen sie beigetreten ist.	05 22 79-83	Vorwort 01 – 2.2 06			Siehe Auszug aus der Daimler-Mitgliedsliste im Onlineauftritt (Gesellschaft).	100
C 4.13	Mitgliedschaft in Verbänden (wie z. B. Branchenverbänden) bzw. nationalen/internationalen Interessenvertretungen, in denen die Organisation: • ein leitendes Amt inne hat, • an Projekten oder Ausschüssen teilnimmt, • erhebliche finanzielle Beiträge leistet, die über die gewöhnlichen Mitgliedsbeiträge hinausgehen, oder • die Mitgliedschaft für die Organisation von strategischer Bedeutung ist.	79 - 83	06	207		Online: siehe Mitgliedsliste (Auszug).	100
C 4.14	Liste der von der Organisation einbezogenen Stakeholder-Gruppen. Beispiele für Stakeholder-Gruppen sind: • Gemeinden, • die Zivilgesellschaft, • Kunden, • Anteilseigner und Geldgeber, • Zulieferer und • Arbeitnehmer, andere Arbeiter und ihre Gewerkschaften.	37 – 39 79 - 83	02 – 8.0 06	206 - 208		Beim zweiten Daimler „Sustainability Dailogue" im November 2009 waren alle relevanten Stakeholdergruppen – jeweils in den fünf Arbeitsgruppen – repräsentiert (Kommunen, NGOs aus verschiedenen Themenfeldern, Verbraucherorganisationen, Zulieferer, nationale und internationale Organisationen). Insgesamt haben insgesamt 80 externe Teilnehmer teilgenommen.	100
C 4.15	Grundlage für die Auswahl der Stakeholder, die einbezogen werden sollen.	10 – 11 37 - 39	Über diesen Bericht 02 – 8.0	206 - 208		-	100
C 4.16	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern, einschließlich der Häufigkeit der Einbeziehung, unterschieden nach Art und Stakeholder-Gruppe.	10 – 11 37 - 39	Über diesen Bericht 02 – 8.0	206 - 208		Aufgrund der Vielzahl lokaler, nationaler und internationaler Stakeholder-Kontakte der verschiedenen Geschäftsbereiche (und deren Bereiche) werden Häufigkeit und Art des Kontaktes nur z. T. zentral erfasst.	100
C 4.17	Wichtige Fragen und Bedenken, die durch die Einbeziehung der Stakeholder aufgeworfen wurden, und Angaben dazu, wie die Organisation auf diese Fragen und Bedenken – auch im Rahmen seiner Berichterstattung – eingegangen ist.	37 – 39	02 – 8.0	206 - 208		-	100

		Seite (Print)	Kapitel/Unterkapitel	Web (Verweis-Nr.)	Geschäfts-Bericht (S.)	Ergänzende Informationen	Erfüllungs-grad
Ökonomische Leistungsindikatoren							
EC0 DMA	Managementansatz.	18	Unternehmen				100
EC1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert, einschließlich Einnahmen, Betriebskosten, Mitarbeitergehälter, Spenden und anderer Investitionen in die Gemeinde, Gewinnvortrag und Zahlungen an Kapitalgeber und Behörden (Steuern).				74-88		100
EC2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Aktivitäten der Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen.				104-113	Es liegt uns und keine spezifische Abschätzung der finanziellen Folgen des Klimawandels vor. Aber rechtliche und politische Rahmenbedingungen haben einen großen Einfluss auf den künftigen Geschäftserfolg von Daimler. Dabei spielen insbesondere die Emissions-, Verbrauchswert- und Sicherheitsbestimmungen für Fahrzeuge eine wichtige Rolle.	50
EC3	Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen.	68-69	05-3.2	510	Im Anhang zum Geschäfts-bericht Anmerkung 22		100
EC4	Bedeutende finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand (z. B. Subventionen).				127	Da Unterstützungsleistungen nicht nur von einer staatlichen Ebene, sondern vom Staat, den Ländern oder den Kommunen erfolgen können sowie aufgrund der Tatsache, dass die Art der Unterstützung variieren kann (z. B. direkte Subvention, vergünstigter Verkauf von Bauland, Steuersubvention, etc.), würde eine solche Angabe, nicht zuletzt wegen ihrer Relevanz für die Wettbewerber, zu Irritationen und Missverständnissen führen.	50
EC5	Spanne des Verhältnisses der Standardeintrittsgehälter zum lokalen Mindestlohn an wesentlichen Geschäftsstandorten.	68	05-3.1			In Deutschland gibt es keine gesetzlichen Mindestlöhne. Für das Spektrum der Konzerngesellschaften (Fahrzeugproduktion bzw. Fahrzeugimport- und Verkauf) liegen die Marktlöhne über lokalen Mindestlöhnen	50
EC6	Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil der Ausgaben, der auf Zulieferer vor Ort an wesentlichen Geschäftsstandorten entfällt.					Wir bevorzugen keine lokalen Lieferanten. Die Lieferantenauswahl erfolgt bei uns nach den vier Werttreibern "Qualität", "Technologie", "Kosten" und "Lieferung". Daher ist dieser Berichtspunkt für uns unwesentlich, auch wiegt der Vorteil, der sich durch die Verfügbarkeit dieser Daten evtl. ergäbe, die Kosten, die durch eine Sammlung und -selektion dieser Daten ergeben würden, nicht auf.	50
EC7	Verfahren für die Einstellung von lokalem Personal und Anteil von lokalem Personal an den Posten für leitende Angestellte an wesentlichen Geschäftsstandorten.	69-72	05/6.0 Mitarbeiter –Entwicklung und Förderung, 5.0 Diversity	517		Daimler als internationales Unternehmen lebt von seiner Vielfalt der Mitarbeiter, denn nur so sind Innovation und Kreativität in all unseren Produkten und Märkten denkbar. Schon heute ist bei Daimler weltweit die weit überwiegende Mehrzahl der Führungskräfte aus dem lokalen Management entwickelt und hervorgegangen. Sie haben lokale, regionale und zum Teil auch notwendige internationale Entwicklungsstationen in den unterschiedlichen Kompetenz- und Entscheidungszentren des Unternehmens und seiner Divisionen zurückgelegt. Zeitlich befristete regionale und internationale Einsätze zum Aufbau von Wissen und Kenntnissen und zur konkreten Unterstützung von Geschäftseinheiten, die einen Wissenstransfer und direkte Unterstützung benötigen, sind hier unverzichtbar und gehen Hand in Hand mit dem systematischen Aufbau und der Förderung von Talenten und Potenzialen im Rahmen des Traineeprogramms CAReer und den Direkteinstellungen.	50
EC8	Entwicklung und Auswirkungen von Investitionen in die Infrastruktur und Dienstleistungen, die vorrangig im öffentlichen Interesse erfolgen, sei es in Form von kommerziellem Engagement, durch Sachleistungen oder durch Pro-bono-Arbeit.	79 - 81	06		146-147	Keine explizite Datenerfassung von Investitionen mit „vorrangig" öffentlichem Interesse.	50
EC9	Verständnis und Beschreibung der Art und des Umfangs wesentlicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen.	18 – 25	01		138-147	Positive Effekte auf Wirtschaft und Gesellschaft durch technische Innovation, Mitarbeiterbildung und –gesundheit sowie gesellschaftliches Engagement.	50
Ökologische Leistungsindikatoren							
EN0 DMA	Managementansatz.	32 - 34 58	02-3.0 04-1.0	203, 401, 402	83		100
EN01	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen.	62	04-9.0			Keine quantitative summarische Materialbilanz, da für die Automobilindustrie zur Bewertung von Umweltauswirkungen kaum aussagekräftig	50
EN02	Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz.	42	03 - Unsere Ziele und Maßnahmen	320, 321			50
EN03	Direkter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergieträgern.	58-59, 61	04 – 2.0	405	85		100
EN04	Indirekter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergieträgern.	58-59, 61	04 – 2.0	405	85	Nur Sekundärenergieverbrauch (bei der Vielzahl der internationalen Standorte wird auf eine Aufschlüsselung aller Primärenergieverbräuche durch externe Strom- und Wärmeerzeugung verzichtet; die CO2-Berechnung berücksichtigt allerdings die zeitlich und regional unterschiedlichen CO2-Faktoren).	100
EN05	Eingesparte Energie aufgrund von umweltbewusstem Einsatz und Effizienzsteigerungen.	58-59	04 – 2.0				100
EN06	Initiativen zur Gestaltung von Produkten und Dienst-leistungen mit höherer Energieeffizienz und solchen, die auf erneuerbaren Energien basieren, sowie dadurch erreichte Verringerung des Energiebedarfs.	42-48	03		84 + 140-143		100
EN07	Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs und erzielte Einsparungen.	58-59	04 – 2.0	406, 408		Beispielhafte Darstellung	100
EN08	Gesamtwasserentnahme, aufgeteilt nach Quellen.	60, 61	04 – 5.0	405	85		100
EN09	Wasserquellen, die wesentlich von der Entnahme von Wasser betroffen sind.					Keine Wasserentnahme aus empfindlichen Ökosystemen.	100
EN10	Anteil in Prozent und Gesamtvolumen an zurückgewonnenem und wiederverwendetem Wasser.					Wasserkreislaufsysteme sind Stand der Technik und werden nicht konzernweit bilanziert.	50
EN11	Ort und Größe von Grundstücken, in Schutzgebieten, oder angrenzend an Schutzgebiete. Ort und Größe von Grundstücken in Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von Schutzgebieten oder daran angrenzend. Zu berücksichtigen sind Grundstücke, die im Eigentum der berichtenden Organisation stehen oder von dieser gepachtet oder verwaltet werden.			410			50
EN12	Beschreibung der wesentlichen Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität in Schutzgebieten und in Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von Schutzgebieten.					Keine direkten Effekte auf Biodiversität.	100
EN13	Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume.						100
EN14	Strategien, laufende Maßnahmen und Zukunftspläne für das Management der Auswirkungen auf die Biodiversität.	61, 62	04 – 8.0				100
EN15	Anzahl der Arten auf der Roten Liste der IUCN und auf nationalen Listen, die ihren natürlichen Lebensraum in Gebieten haben, die von der Geschäftstätigkeit der Organisation betroffen sind, aufgeteilt nach dem Bedrohungsgrad.					Nicht relevant für Daimler-Standorte	100
EN16	Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht.	58-59, 61	04 – 2.0	404, 405	85		100

		Seite (Print)	Kapitel/Unterkapitel	Web (Verweis-Nr.)	Geschäfts-Bericht (S.)	Ergänzende Informationen	Erfüllungs-grad
EN17	Andere relevante Treibhausgasemissionen nach Gewicht.	62	04 – 6.0			Die CO_2-Emissionen aus der Transportlogistik in Deutschland sind im Vergleich zu den Emissionen aus der Produktion gering (EN16). Daten auf einer weltweiten Basis sind nicht verfügbar, sodass nur auf einer exemplarischen Basis berichtet wird.	50
EN18	Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse.	58-59, 61	04 – 2.0				100
EN19	Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen nach Gewicht.					Nach der Beseitigung Ozon zerstörender Substanzen in allen wesentlichen Anlagen sind die verbleibenden Emissionen nur geringfügig.	50
EN20	NOx, SOx und andere wesentliche Luftemissionen nach Art und Gewicht.	60, 61	04 – 3.0	405, 407			100
EN21	Gesamte Abwassereinleitungen nach Art und Einleitungsort.	60	04 – 5.0	405, 409		EN21 betrifft nur die Einleitung in Oberflächengewässer.	100
EN22	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode.	60, 61	04 – 4.0	405	85	Entsorgung wird nur nach Beseitigung (Deponie oder Verbrennung) oder Recycling unterschieden	100
EN23	Gesamtzahl und Volumen wesentlicher Freisetzungen.					Im Berichtszeitraum wurden keine signifikanten Vorfälle registriert. Über kleinere Zwischenfälle wird – auf weltweiter Basis – nicht Buch geführt.	100
EN24	Gewicht des transportierten, importierten, exportierten oder behandelten Abfalls, der gemäß den Bestimmungen des Basler Übereinkommens, Anhang I, II, III und VIII, als gefährlich eingestuft wird, sowie Anteil in Prozent des zwischenstaatlich verbrachten Abfalls.					Ein Abfallexport im Sinne des Baseler Übereinkommens findet nicht statt.	100
EN25	Bezeichnung, Größe, Schutzstatus und Biodiversitätswert von Gewässern und damit verbundenen natürlichen Lebensräumen, die von den Abwassereinleitungen und dem Oberflächenabfluss der berichtenden Organisation erheblich betroffen sind.					Keine relevanten Beeinträchtigungen von Gewässern.	100
EN26	Initiativen, um die Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen zu minimieren und Ausmaß ihrer Auswirkungen.	42 - 49, 52 - 53	03		84 + 140-143		100
EN27	Anteil in Prozent der verkauften Produkte, bei denen das dazugehörige Verpackungsmaterial zurückgenommen wurde, aufgeteilt nach Kategorie.					Verpackungen werden für Fahrzeuge nicht benötigt.	100
EN28	Geldwert wesentlicher Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften im Umweltbereich.	46	03 - 4.1				100
EN29	Wesentliche Umweltauswirkungen, verursacht durch den Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien, die für die Geschäftstätigkeit der Organisation verwendet werden, sowie durch den Transport von Mitarbeitern.	60	04 – 6.0			Keine konzernweite quantitative Erfassung möglich.	50
EN30	Gesamte Umweltschutzausgaben und -investitionen, aufgeschlüsselt nach Art der Ausgaben und Investitionen.	61	04 Tabelle	405	85	Konzernweite Daten zum produktionsbezogenen Umweltschutz.	100
Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung							
LA DMA	Managementansatz.	67 - 68	05 – 2.0	204			100
LA01	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart, Arbeitsvertrag und Region.	67 - 68	05 – 2.0				100
LA02	Mitarbeiterfluktuation insgesamt und als Prozentsatz, aufgegliedert nach Altersgruppe, Geschlecht und Region.	67 - 68	05 – 2.0	505		Über Fluktuation nach Altergruppe aufgeteilt wird nicht berichtet, da dies nicht wesentlich ist und die Kosten für eine weltweite Erfassung der Konzerndaten den Vorteil, die Daten zur Verfügung zu haben, nicht aufwiegen würden.	50
LA03	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten und nicht Mitarbeitern mit einem befristeten Arbeitsvertrag oder Teilzeitkräften gewährt werden, aufgeschlüsselt nach Hauptbetriebsstätten.	68	5.0 - 3.1	508		Prinzipiell stehen alle Vergünstigungen für Vollzeit-Angestellte auch Teilzeitbeschäftigten offen. Eine Ausnahme stellt die Vergabe von Dienstwagen dar. Wenn eine Führungskraft der DAG in Deutschland weniger als durchschnittlich 20 Stunden der üblichen Arbeitszeit (Vollzeit) arbeitet, steht ihm/ihr kein Dienstwagen zu.	50
LA4	Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen.			502			100
LA5	Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen einschließlich der Information, ob diese Frist in Kollektivvereinbarungen festgelegt wurde.			502			100
LA6	Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, der in Arbeitsschutz-ausschüssen vertreten wird, die die Arbeitsschutzprogramme überwachen und darüber beraten.	74	05 - 7.0	522, 529			100
LA7	Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie Summe der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region.	74	05 - 7.0, 7.2	522		Daten in Bezug auf Berufskrankheiten werden nicht unternehmensbezogen ermittelt. Dies ist Aufgabe der Berufsgenossenschaften. Da Berufskrankheiten auch von einer früheren Beschäftigung bei einem anderen Arbeitgeber resultieren können, ist dies für das Unternehmen keine relevante Steuergröße.	50
LA8	Unterricht, Schulungen, Beratungsangebote, Vorsorge- und Risikokontrollprogramme, die Mitarbeiter, ihre Familien oder Gemeindemitglieder in Bezug auf ernste Krankheiten unterstützen.	73 74	05 - Nr. 27 Tabelle 05 - 7.0, 7.1				100
LA9	Arbeitsschutzthemen, die in förmlichen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden.	74	05 – 7.0	522, 529			100
LA10	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl pro Mitarbeiter und Mitarbeiterkategorie, die der Mitarbeiter aus- oder weitergebildet wurde.	73	05 – Nr. 27 Tabelle	520		Durch eine jährlich durchgeführte Datenerhebung (Daimler AG Deutschland) wird die durchschnittlich jährliche Stundenzahl pro Mitarbeiter festgestellt. Die durchschnittlichen Qualifizierungsstunden 2010 je Mitarbeiter betrugen 16,1 Std. (2009: 16,8 Std). Derzeit liegt keine Unterscheidung der Weiterbildungstage je Mitarbeiter-Kategorie (Führungskräfte/ Fachkräfte) vor. Für das Jahr 2011 wird erstmals ein Zielwert bestimmt, die der Mitarbeiter in 2011 aus- oder weiter gebildet werden sollte. Aktuell wird ein Reporting entwickelt. Zielsetzung ist es, den prozentualen Anteil der gesamten Weiterbildungstage der Mitarbeiter der Daimler AG, Standort Deutschland, zwischen Führungskräften und Fachkräften zu ermitteln. Diese Werte werden erstmals mit dem Reporting-Jahr 2011 zur Verfügung stehen und berichtet.	100
LA11	Programme für das Wissensmanagement und für lebenslanges Lernen, die die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter fördern und ihnen im Umgang mit dem Berufsausstieg helfen.			521		Die Integration neuer Technologien ist ein wesentlicher Stellhebel für eine leistungsfähige und moderne Qualifizierungslandschaft. Voraussetzung hierfür ist die Entwicklung einer innovativen Lernarchitektur für eine zukunfts-orientierte Personalentwicklung. Unsere Lernarchitektur stützt sich dabei auf 6 Elemente: 1. Mitarbeiter befähigen; 2. Methoden weiter entwickeln; 3. Führungssysteme anpassen; 4. Infrastruktur ausbauen; 5. Ergebnisse messen und 6. Lernkultur etablieren. Die Integration neuer Technologien (von e-Vorlesungen bis hin zu interaktives e-Learning) in Bestehendes gilt es dabei kontinuierlich und nachhaltig voranzutreiben. Daneben bietet unsere Corporate Academy unseren Mitarbeitern eine Qualifizierungsmaßnahme zur beruflichen Orientierung an. Ziel dieser Qualifizierungsmaßnahme ist es, dass die Mitarbeiter ihren bisherigen Lebens- und Berufsverlauf reflektieren, um beruflich und privat neue Ziele ins Auge zu fassen. Zudem haben wir Seminarangebote für Führungskräfte, um sich, wenn gewünscht auch mit dem Partner/der Partnerin, auf den Ruhestand vorzubereiten. In den Seminaren bieten wir unter anderem Informationen und Beratung zur materiellen Versorgung im Ruhestand.	100
LA12	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten.	68	5.0 - 3.1	508			100
LA13	Zusammensetzung der leitenden Organe und Aufteilung der Mitarbeiter nach Kategorie hinsichtlich Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und anderen Indikatoren für Vielfalt.	S. 67-73	05-1.0, 05-2.3, 05-5.0	504, 505, 514, 516, 517	13, 86, 87, 145, 163		100
LA14	Verhältnis des Grundgehalts für Männer zum Grundgehalt für Frauen nach Mitarbeiterkategorie.	71	05 - 5.1				100

		Seite (Print)	Kapitel/Unterkapitel	Web (Verweis-Nr.)	Geschäfts-Bericht (S.)	Ergänzende Informationen	Erfüllungs-grad
Menschenrechte							
HR DMA	Managementansatz.	8 22 31 37 – 39 83	Über diesen Bericht 01 – 2.2 02 – 2.2 02 – 8.0 06 – 3.0	102 - 105, 205, 606, 607			100
HR1	Prozentsatz und Gesamtzahl der wesentlichen Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden.	35 - 38	02-7.0	206		Wir betrachten auch unsere Mitarbeiter als wesentliches Kapital, in das wir investieren. Als Bestandteil des Integrity Code ist die Achtung und der Schutz der Menschenrechte bindend für jegliches Mitarbeiterhandeln (hierbei auch Bezug nehmend u. a. auf das Daimler-Commitment zu Global Compact). Zudem hat Daimler die CSR-Prinzipien für Zulieferer verabschiedet, die alle Zulieferer und Geschäftspartner auffordern, alle Menschenrechtsklauseln zu achten.	100
HR2	Prozentsatz wesentlicher Zulieferer und Auftragnehmer, die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden, und ergriffene Maßnahmen.	35-38	02-7.0	206		Daimler berichtet noch nicht zu diesem Indikator, aber es findet eine aktive Kommunikation mit unseren Zulieferern über das Daimler Supplier Portal, Mailings und das Global Supplier Magazin statt. Außerdem haben alle Zulieferer die Daimler-Verhaltensrichtlinie sowie die Richtlinie zur Nachhaltigkeit für Lieferanten erhalten. Diese Richtlinien zeigen klar die Erwartungen von Daimler bezüglich der Einhaltung dieser Standards. Der Bericht eines Prozentsatzes ist unwesentlich und die Kosten der Datenerfassung und –zuordnung wiegen nicht den Vorteil auf, diese Prozentsätze zur Verfügung zu haben.	50
HR3	Gesamtzahl der Schulungsstunden von Mitarbeitern für Richtlinien und Verfahrensanweisungen der Organisation, die sich auf Menschenrechtsaspekte beziehen und für die Geschäftstätigkeit maßgeblich sind, sowie Prozentsatz der geschulten Mitarbeiter an der Gesamtbelegschaft.	31	02-2.2		159		100
HR4	Gesamtzahl der Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen.			201		Aufgrund der Tatsache, dass Beschäftigte unfaire Situationen unterschiedlich wahrnehmen, wird über die Anzahl der Diskriminierungsfälle grundsätzlich nicht berichtet. Das Business Practices Office (BPO) ist Anlaufstelle für die Entgegennahme, Dokumentation und Bearbeitung von vermutetem Fehlverhalten. Hier können sowohl unsere Mitarbeiter als auch externe Personen über verschiedene Zugangswege weltweit und jederzeit auf vertraulicher Basis – auf Wunsch auch anonym – Anhaltspunkte für etwaiges Fehlverhalten mitteilen. Mitarbeiter sind gehalten und Führungskräfte sind verpflichtet, einen möglichen schweren Verstoß gegen strafrechtliche Bestimmungen oder gegen die Daimler-Verhaltensrichtlinie dem BPO zu melden. Der Schutz von Hinweisgebern ist ebenfalls verbindlich geregelt. In Deutschland fordert die unternehmensweit gültige Vereinbarung „Fairer Umgang am Arbeitsplatz" eine von Diskriminierung freie Arbeitsumwelt. Die Personalabteilung ist für Kontrolle und Dokumentation des Prozesses verantwortlich. Der Beschwerdeprozess wurde für Aspekte wie Mobbing, sexuelle Belästigung und Diskriminierung 2008 standardisiert. Eine interne Berichterstattung über Fälle bezüglich „Fairer Umgang am Arbeitsplatz" wird einmal im Jahr durchgeführt.	100
HR5	Ermittelte Geschäftstätigkeiten, bei denen die Vereinigungsfreiheit oder das Recht zu Kollektiv-verhandlungen erheblich gefährdet sein könnten, sowie ergriffene Maßnahmen, um diese Rechte zu schützen.	35-38	Kap.02-7.0	206		Aufgrund des bestehenden Prozesses und der Richtlinien bei Daimler wurden keine Fälle mit erheblichem Risiko hinsichtlich der Vereinigungsfreiheit und/oder Tarifverhandlungen festgestellt.	100
HR6	Ermittelte Geschäftstätigkeiten, bei denen ein erhebliches Risiko auf Kinderarbeit besteht, und ergriffene Maßnahmen, um zur Abschaffung von Kinderarbeit beizutragen.	35-38	Kap.02-7.0	206		Aufgrund des bestehenden Prozesses und der Richtlinien bei Daimler wurden keine Fälle mit erheblichem Risiko für Vorfälle mit Kinderarbeit festgestellt.	100
HR7	Ermittelte Geschäftstätigkeiten, bei denen ein erhebliches Risiko auf Zwangs- oder Pflichtarbeit besteht, und ergriffene Maßnahmen, um zur Abschaffung von Zwangs- oder Pflichtarbeit beizutragen.	35-38	Kap.02-7.0			Aufgrund des bestehenden Prozesses und der Richtlinien bei Daimler wurden keine Fälle mit erheblichem Risiko für Vorfälle mit Kinderarbeit festgestellt.	100
HR8	Prozentsatz des Sicherheitspersonals, das im Hinblick auf die Richtlinien und Verfahrensanweisungen in Bezug auf Menschenrechtsaspekte, die für die Geschäftstätigkeit relevant sind, geschult wurde.	31	02 – 2.2		159	Eine spezifische Quantifizierung wäre mit einem nicht zu vertretenden Aufwand verbunden. Im Rahmen von Compliance-Schulungen wird auch der Aspekt „Einhaltung von Menschenrechten" geschult.	50
HR9	Gesamtzahl der Vorfälle, in denen Rechte der Ureinwohner verletzt wurden, und ergriffene Maßnahmen.					Nicht zutreffend	100
Gesellschaft							
DMO Society	Managementansatz.	29 – 39 79 - 81	02 06				100
SO1	Art, Umfang und Wirksamkeit jedweder Programme und Verfahrensweisen, welche die Auswirkungen von Geschäftstätigkeiten auf das Gemeinwesen bewerten und regeln, einschließlich Beginn, Durchführung und Beendigung der Geschäftstätigkeit in einer Gemeinde oder einer Region.	37 – 39 79 - 83	02 – 8.0 06			Daimler veranstaltet an allen Standorten regelmäßige lokale, regionale sowie konzernweite Stakeholder-Dialoge. Es gibt jedoch kein weltweites System, welches alle Programme und Initiativen weltweit erfasst.	100
SO2	Prozentsatz und Anzahl der Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden.	30	2.0–2.2		158		100
SO3	Prozentsatz der Angestellten, die in der Antikorruptionspolitik und den -verfahrensweisen der Organisation geschult wurden.	31	2.0–2.2		159	Auf der Basis der jährlich durchgeführten Risikobewertung von Gesellschaften und Einheiten werden die Zielgruppen für das Antikorruptionstraining ermittelt. Dementsprechend werden über einen Zeitverlauf von 2 Jahren 100% der Mitarbeiter der Zielgruppen in Online- und Präsenztrainings zur Korruptionsprävention geschult.	100
SO4	In Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen.	30-31	2.0–2.2		158-159	Nach der Disziplinarmaßnahmenrichtlinie wird die Bestechung von Amtsträgern grundsätzlich mit einer außerordentlichen Kündigung (fristlose Entlassung) geahndet.	100
SO5	Politische Positionen, Teilnahme an der politischen Willensbildung und Lobbying.	80-83	06 – 2.6	205			100
SO6	Gesamtwert der Zuwendungen (Geldzuwendungen und Zuwendungen von Sachwerten) an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen, aufgelistet nach Ländern.	80	06 – 2.1, 2.2	602			100
SO7	Anzahl der Klagen, die aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- oder Monopolbildung erhoben wurden, und deren Ergebnisse.				68, 113, Anmerkung 28 des Konzernan-hangs		100
SO8	Wesentliche Bußgelder (Geldwert) und Anzahl nicht monetärer Strafen wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften.				68, 113, Anmerkung 28 des Konzernan-hangs	Über Strafzahlungen und nicht monetäre Sanktionen wird – sofern diese in erheblichem Umfang bei Daimler anfallen – im Geschäftsbericht berichtet.	100

GRI-Index 2011 Daimler AG

		Seite (Print)	Kapitel/Unterkapitel	Web (Verweis-Nr.)	Geschäfts-Bericht (S.)	Ergänzende Informationen	Erfüllungs-grad
Produktverantwortung							
DMA Product Responsibility	Managementansatz.	43 ff.					100
PR1	Lebenszyklusstadien, in denen die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit hinsichtlich Verbesserungen untersucht werden, und Prozentsatz der Produkt- und Dienstleistungskategorien, die entsprechend untersucht werden.	49-50, 52-53	03 – 5.0 03 - 7.0				100
PR2	Gesamtzahl der Vorfälle, in denen geltendes Recht und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit nicht eingehalten wurden, dargestellt nach Art der Folgen.					Daimler stellt für alle seine Produkte umfangreiche Informationen zur Verfügung. Dies erfolgt nach klaren Maßgaben innerhalb der einzelnen Geschäftsbereiche.	100
PR3	Art der gesetzlich vorgeschriebenen Informationen über Produkte und Dienstleistungen und Prozentsatz der Produkte und Dienstleistungen, die solchen Informationspflichten unterliegen.					Die Daimler AG ist verpflichtet, die Benutzer ihrer Produkte in geeigneter Weise über den Gebrauch und die möglichen Risiken im Umgang damit zu unterrichten sowie vor Gefahren, insbesondere bei einem vorhersehbaren Fehlgebrauch des Produkts, zu warnen. Betriebsanleitung, sowie Informationen zur Funktionsweise von Rückhaltesystemen, Fahrassistenzsystemen und technische Hintergrundinformationen im Internet, ermöglichen einen verantwortungsvollen sicheren Umgang. Die immer komplexer werdenden Funktionsweisen und Bedienvorgänge sind übersichtlich darzustellen, ohne die Kundenliteratur zu überfrachten und um eine hohe Akzeptanz zu gewährleisten. Hierzu trägt die Reduzierung des Labeling an Fahrzeugbauteilen, insbesondere im Innenraum, auf ein gesetzlich vorgeschriebenes Mindestmaß bei. Die produkthaftungsrechtlichen Anforderungen an die Kundenliteratur, insbesondere Betriebsanleitungen und Wartungshefte, werden durch eine fachliche und rechtliche Beurteilung einschließenden Freigabeprozess sichergestellt.	100
PR4	Gesamtzahl der Vorfälle, in denen geltendes Recht und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Informationen über und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen nicht eingehalten wurden, dargestellt nach Art der Folgen.					Daimler stellt für alle seine Produkte umfangreiche Informationen zur Verfügung. Dies erfolgt nach klaren Maßgaben innerhalb der einzelnen Geschäftsbereiche.	100
PR5	Praktiken im Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit einschließlich der Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit.	53	Produktverantwortung	326, 329-330			100
PR6	Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring.					Zur Sicherstellung einer integrierten Kommunikation sind im gesamten Kommunikationsprozess verschiedene Maßnahmen zur Standardsicherung definiert, z. B. spezifische Meilensteine und Guidelines. Sämtliche Publikationen und Texte werden mit der Rechtsabteilung auf ethische, gesetzeskonforme Regeln und Produkthaftungsfakten abgestimmt. Bei Sponsoraktivitäten und Veranstaltungen ist die Abstimmung mit dem Compliance-Bereich für alle Beschäftigten verpflichtend.	50
PR7	Gesamtzahl der Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring nicht einhalten wurden, dargestellt nach Art der Folgen.					Keine Fälle bekannt	100
PR8	Gesamtzahl berechtigter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes der Kundendaten und deren Verlust.	31 54	02-2.2 03-9.0	330		Im Berichtszeitraum waren keine Vorgänge mit Verlust von Kundendaten zu verzeichnen.	100
PR9	Höhe wesentlicher Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf die Zurverfügungstellung und Verwendung von Produkten und Dienstleistungen.					Über Strafzahlungen und nicht monetäre Sanktionen wird – sofern diese in erheblichem Umfang bei Daimler anfallen – im Geschäftsbericht berichtet.	100
Zusatzindikatoren Automobilindustrie							
A1	Vertraglich festgelegte Wochenarbeitszeit und durchschnittliche Mehrarbeit in der Produktion.					Die individuelle wöchentliche Arbeitszeit liegt für die Mitarbeiter der Daimler AG vor, darüber hinaus sind keine Daten verfügbar. Eine zentrale Erhebung der Mehrarbeitszeiten in der Produktion liegt nicht vor. Hierzu wären einzelne Werksabfragen erforderlich.	50
A2	Anteil der Mitarbeiter ohne Verrechnung von Mehrarbeit.					Eine zentrale Datenerhebung liegt nicht vor. Hierzu währen einzelne Werksabfragen erforderlich auf die aus Aufwandgründen verzichtet wird.	0
A3	Anteil der First-Tier-Lieferanten mit gewerkschaftlicher Organisation oder anderer Arbeitnehmervertretung.	35-38	02 – 7.0	206		Daimler hat mit der Weltarbeitnehmervertretung die Grundsätze zur sozialen Verantwortung vereinbart. Diese enthalten die Forderung an Zulieferer und Geschäftspartner, ebenfalls entsprechende Grundsätze einzuführen. Individuelle Daten hierzu werden nicht erfasst.	50
A4	Anzahl verkaufter Fahrzeuge, unterschieden nach Kraftstoff, Antriebstechnologie und Region.	43 - 45	03 - 2.0	304, 305			100
A5	Anteil der verkauften Fahrzeuge, die existierende und geplante Emissionsstandards in den entsprechenden Regionen/Ländern einhalten.	48 - 49	03 - 4.2			Siehe insbesondere Grafik Nr. 18	50
A6	Durchschnittlicher Kraftverbrauch, unterschieden nach Fahrzeugtyp und Region.	46 - 48	03 - 4.1			Siehe insbesondere Grafik Nr. 17	50
A7	Durchschnittliche CO_2-Emissionen, unterschieden nach Fahrzeugtyp und Region.	46 - 48	03 - 4.1		84 + 140	Siehe insbesondere Grafik Nr. 16	50
A8	Anteil der verkauften Fahrzeuge, die existierende und geplante Geräuschemissionsstandards in den entsprechenden Regionen/Ländern einhalten.	48 - 49	03 - 4.3			Siehe insbesondere Grafik Nr. 19	50
A10	Masse eines Beispielfahrzeugs und prozentualer Anteil generischer, rezyklierter und erneuerbarer Materialien.			320			100